

ВІДОМОСТІ
про самооцінювання освітньої програми

Заклад вищої освіти	Київський національний університет технологій та дизайну
Освітня програма	13265 Комунікаційний маркетинг
Рівень вищої освіти	Магістр
Спеціальність	075 Маркетинг

Відомості про самооцінювання є частиною акредитаційної справи, поданої до Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти для акредитації зазначеної вище освітньої програми. Відповідальність за підготовку і зміст відомостей несе заклад вищої освіти, який подає програму на акредитацію.

Детальніше про мету і порядок проведення акредитації можна дізнатися на вебсайті Національного агентства – <https://naqa.gov.ua/>

Використані скорочення:

ID	ідентифікатор
ВСП	відокремлений структурний підрозділ
ЄДЕБО	Єдина державна електронна база з питань освіти
ЄКТС	Європейська кредитна трансферно-накопичувальна система
ЗВО	заклад вищої освіти
ОП	освітня програма

Загальні відомості

1. Інформація про ЗВО (ВСП ЗВО)

Реєстраційний номер ЗВО у ЄДЕБО	307
Повна назва ЗВО	Київський національний університет технологій та дизайну
Ідентифікаційний код ЗВО	02070890
ПІБ керівника ЗВО	Ольшанська Олександра Володимирівна
Посилання на офіційний веб-сайт ЗВО	knutd.edu.ua

2. Посилання на інформацію про ЗВО (ВСП ЗВО) у Реєстрі суб'єктів освітньої діяльності ЄДЕБО

<https://registry.edbo.gov.ua/university/307>

3. Загальна інформація про ОП, яка подається на акредитацію

ID освітньої програми в ЄДЕБО	13265
Назва ОП	Комунікаційний маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Спеціальність	075 Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	<i>відсутня</i>
Рівень вищої освіти	Магістр
Тип освітньої програми	Освітньо-професійна
Вступ на освітню програму здійснюється на основі ступеня (рівня)	Бакалавр, Магістр (ОКР «спеціаліст»)
Структурний підрозділ (кафедра або інший підрозділ), відповідальний за реалізацію ОП	Кафедра маркетингу, Факультет економіки та управління
Інші навчальні структурні підрозділи (кафедра або інші підрозділи), залучені до реалізації ОП	Кафедра філології та перекладу, Кафедра комп'ютерної інженерії та електромеханіки
Місце (адреса) провадження освітньої діяльності за ОП	м. Київ 01011, вул. Мала Шияновська, 2
Освітня програма передбачає присвоєння професійної кваліфікації	<i>не передбачає</i>
Професійна кваліфікація, яка присвоюється за ОП (за наявності)	<i>відсутня</i>
Мова (мови) викладання	Українська
ID гаранта ОП у ЄДЕБО	485254
ПІБ гаранта ОП	Орел Анна Миколаївна
Посада гаранта ОП	Доцент
Корпоративна електронна адреса гаранта ОП	orel.am@knutd.edu.ua
Контактний телефон гаранта ОП	+38(067)-839-16-25
Додатковий телефон гаранта ОП	<i>відсутній</i>

Форми здобуття освіти на ОП	Термін навчання
заочна	1 р. 4 міс.
очна денна	1 р. 4 міс.
дистанційна	1 р. 4 міс.

4. Загальні відомості про ОП, історію її розроблення та впровадження

Освітня діяльність на другому (магістерському) рівні вищої освіти здійснюється у відповідності до ліцензії (Накази МОНУ від 30.03.2021 №37-л, від 09.04.2025 №30-л (<https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/knutd-license.pdf>)). Підготовка магістрів за ОПП проводиться на факультеті економіки та управління (https://knutd.edu.ua/university/faculties/engineering_economics/) кафедрою маркетингу (https://knutd.edu.ua/university/faculties/engineering_economics/economicsek/). Вектор Стратегії розвитку КНУТД, який зорієнтований на інтеграцію освітнього процесу з актуальними потребами ринку праці та викликами цифрової трансформації суспільства, став концептуальним підґрунтям для розроблення ОПП Комунікаційний маркетинг. ОПП було затверджено (ВР КНУТД Протокол від 16.12.2015 №4, Наказ від 21.01.2016 №5). Кожен рік ОПП переглядалась відповідно до Положення про освітні програми у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh_or_2025.pdf) та доповнювалася обґрунтованими корективами з урахуванням тенденцій розвитку ринку праці, пропозицій здобувачів освіти, роботодавців, представників академічної спільноти та інших стейкхолдерів (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/15956/>, <https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/18850/>). У 2019/2020 ОПП було переглянуто (ВР КНУТД Протокол від 24.11.2018 №4). У 2020/2021 н.р. ОПП було переглянуто (ВР КНУТД Протокол від 29.04.2020 №6, Наказ від 14.05.2020 №82). У 2021/2022 н.р. ОПП було модернізовано, і здійснено коригування структури навчального плану та СЛС (ВР КНУТД Протокол від 24.03.2021 №8, Наказ від 26.03.2021 №92). У 2023/2024 н.р. ОПП було удосконалено та змінено навчальний план та структурно-логічну схему (ВР КНУТД Протокол від 30.06.2023 №11, Наказ від 14.07.2023 №213). У 2025/2026 н.р. ОПП зазнала подальших змін, що передбачали коригування структури навчального плану та СЛС (ВР КНУТД Протокол від 25.06.2025 №4, Наказ від 27.06.2025 №209). ОПП є сучасною, професійно спрямованою та орієнтованою на підготовку висококваліфікованих і конкурентоспроможних фахівців, які володіють фундаментальними знаннями, загальними й фаховими компетентностями у сфері маркетингових комунікацій. ОПП забезпечує комплексну та практико-орієнтовану підготовку студентів у сфері сучасного маркетингу. У процесі навчання акцент робиться на формуванні аналітичних компетентностей, умінні розробляти й упроваджувати стратегії маркетингового розвитку підприємств, а також на організації та управлінні маркетинговими й рекламними проєктами. Особливістю ОПП є поєднання фундаментальних теоретичних знань із прикладними навичками проведення комунікаційних заходів, відповідно до специфіки суб'єкта ринкової діяльності, його цілей та завдань. Це дозволяє не лише опанувати інструментарій комунікаційного маркетингу, а й успішно застосовувати його у реальних бізнес-ситуаціях. ОПП орієнтована на потреби ринку праці, з урахуванням глобальних тенденцій та викликів цифрової трансформації. Такий підхід гарантує підготовку конкурентоспроможних фахівців, здатних працювати в умовах динамічного розвитку бізнес-середовища, ефективно взаємодіяти з різними стейкхолдерами та створювати цінність для клієнтів і суспільства.

5. Інформація про контингент здобувачів вищої освіти на ОП станом на 1 жовтня поточного навчального року у розрізі форм здобуття освіти та ліцензійний обсяг за ОП

Рік навчання	Навчальний рік, у якому відбувся набір здобувачів відповідного року навчання	Обсяг набору на ОП у відповідному навчальному році	Контингент студентів на відповідному році навчання станом на 1 жовтня поточного навчального року			У тому числі іноземців		
			ОД	З	Дс	ОД	З	Дс
1 курс	2025 - 2026	50	8	4	0	0	0	0
2 курс	2024 - 2025	50	18	3	4	0	0	0

Умовні позначення: ОД – очна денна; ОВ – очна вечірня; З – заочна; Дс – дистанційна; М – мережева; Дл – дуальна.

6. Інформація про інші ОП ЗВО за відповідною спеціальністю

Рівень вищої освіти	Інформація про освітні програми
початковий рівень (короткий цикл)	програми відсутні
перший (бакалаврський) рівень	53576 Digital маркетинг 17627 Маркетинг 10766 Бізнес-маркетинг та комунікації
другий (магістерський) рівень	13265 Комунікаційний маркетинг 23849 Цифровий маркетинг та електронна комерція

третій (освітньо-науковий/освітньо-творчий) рівень	37484 Маркетинг
---	-----------------

7. Інформація про площі приміщень ЗВО станом на момент подання відомостей про самооцінювання, кв. м.

	Загальна площа	Навчальна площа
Усі приміщення ЗВО	99957	24057
Власні приміщення ЗВО (на праві власності, господарського відання або оперативного управління)	99957	24057
Приміщення, які використовуються на іншому праві, аніж право власності, господарського відання або оперативного управління (оренда, безоплатне користування тощо)	0	0
Приміщення, здані в оренду	2791	0

Примітка. Для ЗВО із ВСП інформація зазначається:

- ☐ щодо ОП, яка реалізується у базовому ЗВО – без урахування приміщень ВСП;
- ☐ щодо ОП, яка реалізується у ВСП – лише щодо приміщень даного ВСП.

8. Документи щодо ОП

Документ	Назва файла	Хеш файла
Освітня програма	<i>ФЕУ_D5_МзКМ_2025.pdf</i>	BEC9CAVAteZ3IANg6c1ValiGDyygcIoM4oolualWuxo=
Освітня програма	<i>ФУБД_075_МзКМ_2024.pdf</i>	RRrfpQXDzHqyEI/fXBzC8RK662fNwuBf9zHhovu3ylo=
Навчальний план за ОП	<i>НП_денна_D5_mgkm_2025.pdf</i>	Eg+KPELYsv4ThphioGGrLmZtQz9vAQbhx28LMbg8oCE=
Навчальний план за ОП	<i>НП_заоч_D5_mgkm_2025.pdf</i>	3B1SASJenK3oKnLnIdheGVlaWig/gVebRGoT7LFdouU=
Навчальний план за ОП	<i>НП_075_МзКМ_2024.pdf</i>	dQHnJlvG11NPjTh72k/AUnC/kwGIDeUnN45yvZ+ab4=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	<i>rec1_D5_mgkm_2025.pdf</i>	ZYLu/1kpgKEEnZ15FCKniCjOxBs8GCgLS15IkZAcQ9c=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	<i>rec2_D5_mgkm_2025.pdf</i>	95t48VHMclZmQrQ2bWa6awDw7wS+tEhpXq1SIwMmJK4=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	<i>rec5_D5_mgkm_2025.pdf</i>	ZpR3uR1MVdmE/12tOE8Jigh9Z+XYX22+k57GQmg+FYU=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації від роботодавців, таблиця відповідності публікацій наукових керівників напрямам (тематикам) досліджень аспірантів (для ОП третього рівня освіти)	<i>rec4_D5_mgkm_2025..pdf</i>	3XCScQcKsat2AHLjeJgzetDXm+hRnNVhUeh5d6WHctA=
Матеріали від ЗВО: пропозиції та рекомендації	<i>rec3_D5_mgkm_2025..pdf</i>	a1aAVvc3WXybHs98SVtMM+WFGsbUXbs17M2MiDJ7F3Q=

1. Проєктування освітньої програми

Чи освітня програма дає можливість досягти результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти? Якщо стандарт вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти відсутній, поясніть, яким чином визначені ОП програмні результати навчання відповідають вимогам Національної рамки кваліфікацій для відповідного кваліфікаційного рівня?

ОПП Комунікаційний маркетинг другого (магістерського) рівня відповідає вимогам стандарту вищої освіти України Наказ МОН від 10.07.2019 № 960 (<https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf>). ОПП забезпечує цілісну підготовку фахівців: теоретичний блок (ОК1–4) формує аналітичне та дослідницьке мислення; професійно-практичний блок (ОК5–8) розвиває навички стратегічного, рекламного та цифрового маркетингу; практична складова та атестація (ОК9–11) інтегрують набуті знання й компетентності у професійну діяльність. Структура освітньої програми є логічно побудованою та забезпечує формування у здобувачів усіх заявлених компетентностей і програмних результатів. Формування загальних компетентностей забезпечують: ОК1 сприяє розвитку ЗК1,6 (прийняття обґрунтованих рішень, забезпечення якості, адаптація в нових умовах), а також ФК3,9 (дослідницькі вміння, інтерпретація результатів). ОК2 забезпечує ЗК5 (міжособистісна взаємодія), розвиток комунікативних умінь, необхідних для ПРН5. ОК3 формує ЗК1,6 (аналітика, ініціативність, проєктний менеджмент) і безпосередньо відповідає ФК5,8 забезпечуючи досягнення ПРН3,12,15. Формування ФК забезпечують ОК4,7 спрямовані на здобуття ФК7,8 і реалізацію ПРН4,7,11,12, формуючи здатність до стратегічного аналізу та побудови системи маркетингу. ОК5,6 забезпечують розвиток ФК6,7, що відповідає ПРН6,9,10,16, готуючи студентів до управління маркетинговою та комунікаційною діяльністю. ОК8 орієнтований на ФК2,6, формує практичні навички роботи з digital-інструментами, необхідні для реалізації ПРН8,14,16. Практичну складову забезпечують ОК9 та ОК10 що дозволяють інтегрувати теоретичні знання в реальне бізнес-середовище, формуючи ЗК2,4,7 та ФК6,8 що забезпечує досягнення ПРН12,13,14. ОК11 є інтегруючим компонентом, який дозволяє підтвердити сформованість усіх компетентностей, особливо ФК1–3,9 і досягнення комплексних результатів ПРН3-5,7–12,15-16.

Чи зміст освітньої програми враховує вимоги відповідних професійних стандартів (за наявності)?

Професійний стандарт за ОПП Комунікаційний маркетинг відсутній.

Чи мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням потреб заінтересованих сторін (стейкхолдерів)?

- здобувачі вищої освіти та випускники програми

Інтереси і пропозиції здобувачів вищої освіти враховано в межах реалізації в Університеті студентоцентрованого підходу шляхом проведення інформаційно-консультативних зустрічей, опитування, колективного обговорення, анкетування здобувачів вищої освіти. Пропозиції студентів щодо мети програми та програмних результатів навчання були проаналізовані та враховані членами робочої групи. З метою забезпечення безпосередньої участі здобувачів вищої освіти до складу робочої групи було включено студентку групи МгКМ-24 Любов Куневу, яка активно долучалася до обговорення мети програми та програмних результатів навчання. Також, було організовано серію консультаційних зустрічей за участю випускників спеціальності 075 Маркетинг які на сьогодні працюють в маркетингових та рекламних агенціях. Так, випускниця Олександра Соїна (МгКМ-23) запропонувала введення ОК6 Цифрові комунікації, для забезпечення набуття ПРН16. Пріоритети здобувачів, випускників системно аналізуються шляхом анкетного опитування (https://knutd.edu.ua/files/ekts/results_monitoring/2025-2mag/d5-mgkm/D5_mgkm_analit-zvit_2024_2025.pdf). Зворотній зв'язок від здобувачів вищої освіти також відбувається через форму надання пропозицій щодо вдосконалення ОПП (<https://knutd.edu.ua/ekts/op-drafts/>), пошту кафедри (kek@knutd.com.ua) або скриньку довіри (<https://knutd.edu.ua/dovira/>).

- роботодавці

Інтереси та пропозиції роботодавців враховані через їх ознайомлення із ОПП та наданням пропозицій в сформованих рецензіях та відображені в результатах анкетування роботодавців (https://knutd.edu.ua/ekts/monitoring/master/km_m/, <https://knutd.edu.ua/ekts/monitoring/myop/2-master/d5-mgkm/>). Обговорення пропозицій потенційних роботодавців щодо змін та вдосконалення ОПП також відбувається через проведення зустрічей із стейкхолдерами (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/15956/>, <https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/18850/>). Було обговорено мету, унікальність, освітні компоненти, що сприяють формуванню загальних і фахових компетентностей та досягненню ПРН, що дало змогу структурувати компоненти ОПП, визначити послідовність вивчення дисциплін, посилити практичну спрямованість. Механізм зворотного зв'язку зі роботодавцями також реалізується через їхню активну участь у науково-практичних конференціях, семінарах, майстер-класах, організації круглих столів у межах галузевих ярмарків вакансій,

засіданнях кафедри маркетингу, а також у низці інших освітніх і професійних заходів (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/18198>, <https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/17513/>, <https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/18410>).

- академічна спільнота

Формування мети ОПП та ПРН здійснюється з урахуванням запитів академічної спільноти, яка орієнтована на розвиток сучасної наукової думки, інтеграцію в європейський освітній і науковий простір, забезпечення якості вищої освіти та підготовку конкурентоспроможних фахівців. Мета ОПП відповідає очікуванням академічного середовища, адже спрямована на: підготовку фахівців, здатних інтегрувати наукові знання в практичну діяльність; розвиток критичного й аналітичного мислення; формування навичок проведення досліджень у сфері маркетингу та комунікацій; підвищення рівня академічної культури та академічної доброчесності; розширення участі випускників у міжнародних, освітніх і наукових проєктах. Платформами для фахового діалогу стали: різнорівневі конференції, громадські обговорення, круглі столи та засідання кафедри маркетингу (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/18850/>, <https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/17513/>, <https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/18572/>, <https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/17061/>).

- інші стейкхолдери

Під час формування мети та ПРН були проведені консультації із представниками професійного середовища та галузевих об'єднань. Експертні рекомендації надали Президент Української асоціації маркетингу Ірина Лирик, а також Голова Спільки рекламистів України, головний редактор журналу «Маркетинг і реклама» Євген Ромат, перший заступник директора Департаменту суспільних комунікацій КМДА Дмитро Рубан, заступник начальника відділу комунікації з громадськістю та міжнародного співробітництва КМДА Тетяна Черпак та інші. Їхня участь сприяла узгодженню мети ОПП з актуальними потребами ринку праці, забезпеченню практичної спрямованості ПРН та підвищенню їх відповідності міжнародним тенденціям розвитку маркетингових комунікацій. (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/18850>, <https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/15956>). Важливим механізмом забезпечення прозорості та суспільної довіри стало публічне обговорення проєкту ОПП у відкритому доступі, що дало змогу адаптувати її мету та програмні результати навчання до актуальних потреб стейкхолдерів та гарантувати науково обґрунтовану відповідність сучасним освітнім і професійним вимогам. (<https://knutd.edu.ua/ekts/op-drafts/>) відповідно до Положення про освітні програми у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh_op_2025.pdf).

Чи мета освітньої програми відповідає місії та стратегії закладу вищої освіти?

Мета ОПП зорієнтована на реалізацію освітньої місії КНУТД, визначеної Статутом університету (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/statut_knutd_2023_05.pdf). Також, мета ОПП повністю відповідають місії та стратегічним орієнтиром КНУТД, закріпленим у Стратегії розвитку КНУТД на 2024–2028 (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/strategy_2024.pdf). Відповідність та узгодженість із стратегією розвитку КНУТД виявляється у таких основних напрямках: продовження якісного освітнього процесу (мета ОПП узгоджується з пріоритетом університету щодо забезпечення високих стандартів освіти незалежно від суспільних викликів); розвиток наукових досліджень та інновацій (ОПП відповідає стратегічній меті КНУТД з інтеграції освіти, науки й інновацій); міжнародна інтеграція (мета корелюється з орієнтацією КНУТД на посилення позицій у європейському освітньому просторі) відповідно до Програми Інтернаціоналізації КНУТД 2024-2028 (<https://surl.lu/xjmfwl>); сприяння сталому розвитку суспільства та економіки (підготовка фахівців у сфері маркетингових комунікацій відповідає завданням КНУТД щодо сприяння сталому розвитку регіону та країни в цілому) відповідно до Стратегії сталого розвитку КНУТД до 2030р. (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/sustainable_development_strategy_KNUTD.pdf).

Чи мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням тенденцій розвитку науки і спеціальності?

Формування мети ОПП та ПРН здійснюється з урахуванням сучасних тенденцій розвитку науки та спеціальності, які характеризується динамічністю, цифровізацією, посиленням міждисциплінарних зв'язків та інтернаціоналізацією освітнього і наукового простору. Мета ОПП орієнтована на підготовку висококваліфікованих фахівців, здатних: інтегрувати новітні досягнення маркетингової науки в практичну діяльність; застосовувати інноваційні методи маркетингових комунікацій у цифровому середовищі; формувати конкурентні переваги організацій на засадах стратегічного аналізу, бренд-менеджменту та управління; забезпечувати розвиток науково обґрунтованих підходів до побудови системи взаємодії бізнесу та споживачів. ПРН також визначені відповідно до тенденцій розвитку науки і спеціальності: актуалізація знань і наукових підходів (ПРН1,2,3); цифровізація та аналітика (ПРН11,12,15); міждисциплінарність та крос-функціональність (ПРН4,6,7); комунікаційна складова (ПРН5,8,14,16). Це відповідає сучасним трендам розвитку маркетингових комунікацій, PR, branding, event-менеджменту); управлінський вимір (ПРН9,10,13).

Чи мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням тенденцій розвитку ринку праці, галузевого та регіонального контексту?

Цілі ОПП та її ПРН відповідають запитам ринку праці у сфері маркетингу. ОПП враховує соціально-економічний та культурний розвиток країни та його центрального регіону, м. Києва, в контексті глобалізації та інтернаціоналізації. В стратегії м. Києва (<https://kmr.gov.ua/sites/default/files/414-10222.pdf>) одним з пріоритетних напрямів було

визначено освіту (завдання 2.4;2.5;3.3), адміністративні послуги (завдання 2.1), промисловість та розвиток підприємництва (напрямок 2.1;2.2), а також стратегії розвитку Київської обл. на 2021-2027 рр. (<https://koda.gov.ua/wp-content/uploads/2025/03/strategiya-ko-2021-2027-nova-redakciya-1.pdf>). Мета ОПП враховує регіональні виклики: сприяє розвитку бізнесу, залученню інвестицій, зростанню ролі комунікацій як основи конкурентоспроможності бізнесу, формує у випускників фундаментальні знання з маркетингу (ПРН1,2,9,10), практичні навички застосування сучасних методів аналізу та ухвалення рішень в умовах невизначеності (ПРН3,11,12), компетентності у сфері digital-маркетингу, бренд-менеджменту, управління комунікаціями (ПРН4,7,16). Це відповідає галузевій тенденції інтеграції маркетингових функцій у загальну систему управління організаціями. З метою забезпечення узгодженості мети та ПРН сучасним тенденціям ринку праці здійснюється моніторинг вакансій Центром праці та кар'єри КНУТД (<https://knutd.edu.ua/students/job/vakancij/>), проводяться галузеві ярмарки вакансій (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/18410/>).

Чи мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням досвіду аналогічних вітчизняних освітніх програм?

Під час формулювання мети та програмних результатів навчання ОПП Комунікаційний маркетинг (<https://drive.google.com/file/d/1ogc1xlNdPWhtNhZnXOpSEQPi1Nc4gFF/view>) було враховано досвід реалізації аналогічних вітчизняних програм у провідних закладах вищої освіти України. З цією метою здійснено порівняльний аналіз ОПП за спеціальністю Маркетинг, що реалізуються у Київському національному економічному університеті імені Вадима Гетьмана (https://kneu.edu.ua/ua/vstupnyk/masters_degree_programs_fm/marketing_mg/), Західноукраїнському національному університеті (https://www.wunu.edu.ua/opp/2025_OPP/magister/fey/D5_Marketynh_mag_2025.pdf); НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського» (chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclclefindmkaj/https://osvita.kpi.ua/sites/default/files/opfiles/075_oppm_pm_2024.pdf), Сумському національному аграрному університеті (https://snau.edu.ua/old/wp-content/uploads/2024/07/075-%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3-%E2%80%93%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D1%80_compressed.pdf), Київському національному університеті імені Тараса Шевченка (https://econom.knu.ua/educational-programs/master_program/%d0%bc%d0%b0%d1%80%d0%ba%d0%b5%d1%82%d0%b8%d0%bd%d0%b3/%d1%81%d1%82%d1%80%d1%83%d0%ba%d1%82%d1%83%d1%80%d0%b0-%d0%bf%d1%80%d0%be%d0%b3%d1%80%d0%b0%d0%bc%d0%b8/). Проведений аналіз дозволив виявити спільні методологічні підходи до побудови освітніх програм другого рівня за спеціальністю 075 Маркетинг, серед яких поєднання фундаментальної та прикладної підготовки, збалансованість обов'язкових і вибіркових дисциплін, орієнтація на формування індивідуальної освітньої траєкторії та практико-орієнтованість навчання через партнерство з бізнесом. Цілі та програмні результати навчання на ОПП Комунікаційний маркетинг за своєю структурою і концептуальним наповненням не поступаються аналогічним програмам, а в окремих аспектах мають конкурентні переваги. Важливим аспектом є також відповідність освітньої програми актуальним національним і регіональним стратегічним документам, зокрема Стратегії розвитку КНУТД на 2024–2028 (chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclclefindmkaj/https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/strategy_2024.pdf). Аналіз дозволив при формулюванні мети ОПП зробити акцент на використанні маркетингових комунікацій як стратегічного інструменту побудови ефективної взаємодії з цільовими аудиторіями. Також проведений аналіз дозволив визначити ПРН які розкривають унікальність ОПП, а саме: визначати комунікаційні інструменти, організовувати та проводити комунікаційні заходи в залежності від суб'єкта ринкової діяльності його цілей та завдань, розраховувати та оцінювати ефективність проведення комунікаційних заходів.

Чи мета освітньої програми та програмні результати навчання визначаються з урахуванням досвіду аналогічних іноземних освітніх програм?

При формуванні мети та ПРН було враховано досвід провідних закордонних ОПП, реалізованих в європейських університетах. Це стало можливим, завдяки активній участі НПП кафедри маркетингу у міжнародних освітніх та наукових проєктах, стажуваннях, академічних обмінах та конференціях. Досвід підготовки магістрів за спорідненими спеціальностями було вивчено в межах партнерських зв'язків із такими іноземними закладами вищої освіти, як: Університет прикладних наук RISEBA (Латвія) (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/16256>), Міжнародна академія прикладних наук у Ломжі (Польща), Мінгячевірський державний університет (Азербайджан), Університет Фоджа (Італія), Варшавська школа менеджменту (Польща), Вища школа бізнесу в Домброва-Гурніча (Польща), Саутгемптонський університет (Велика Британія). Крім того, КНУТД як повноправний член Великої Хартії Університетів та Міжнародної асоціації університетів, активно імплементує цінності міжнародної академічної спільноти, враховує рекомендації щодо якості освіти, академічної доброчесності та розвитку компетентностей. Аналіз цих програм дав змогу виокремити низку методологічних підходів та практичних рішень, які стали орієнтиром при вдосконаленні власної ОПП. Програма Вищої школи бізнесу в Домброва-Гурніча характеризується акцентом на розвиток критичного мислення та навичок аналітики даних, орієнтація на формування міжнародних компетентностей та поєднанням класичних маркетингових дисциплін із сучасними напрямками цифрового маркетингу, що було враховано при формуванні ОК ОПП (Методологія сучасних наукових дослідження з основами інтелектуальної власності). Університет прикладних наук RISEBA став ключовим у практико-орієнтованому підході, а саме акцентом на міждисциплінарність, інноваційність та тісний зв'язок з ринком праці. Цей досвід враховано при побудові вибіркових дисциплін та застосуванні інтерактивних методів навчання. Таким чином, досвід провідних європейських ОПП став підґрунтям для визначення мети та програмних результатів навчання ОПП Комунікаційний маркетинг, забезпечивши її відповідність міжнародним стандартам і водночас збереження унікальності підготовки, що підвищує конкурентоспроможність здобувачів вищої освіти на національному та глобальному ринках праці.

2. Структура та зміст освітньої програми

Яким є обсяг ОП (у кредитах ЄКТС)?

90

Яким є обсяг освітніх компонентів (у кредитах ЄКТС), спрямованих на формування компетентностей, визначених стандартом вищої освіти за відповідною спеціальністю та рівнем вищої освіти (за наявності)?

66

Який обсяг (у кредитах ЄКТС) відводиться на дисципліни за вибором здобувачів вищої освіти?

24

Продемонструйте, що зміст ОП відповідає предметній області заявленої для неї спеціальності (спеціальностям, якщо освітня програма є міждисциплінарною)?

Зміст ОПП за спеціальністю 075 Маркетинг відповідає предметній області, визначеній Стандартом вищої освіти України (наказ МОН №960 від 10.07.2019) (<https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf>). Це підтверджується такими аспектами: об'єкт вивчення – маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин, що співпадає із визначенням у стандарті; цілі навчання – підготовка фахівців з сучасним економічним мисленням, здатних вирішувати складні задачі маркетингової діяльності, проводити дослідження та впроваджувати інновації, що відповідає визначенням у стандарті завданням для другого (магістерського) рівня; теоретичний зміст предметної області – включає засади сучасного маркетингу, категоріальний апарат, принципи, функції, концепції, специфіку діяльності ринкових суб'єктів, а також методи розроблення стратегій і формування управлінських рішень, що повністю відображено у програмі; методи, технології та інструменти – в програмі передбачено використання загальнонаукових і спеціальних методів, професійних методик, а також сучасних інформаційних систем і програмних продуктів для прийняття маркетингових рішень.

ОПП має чітку структуру, в якій визначено:

- 1) профіль ОПП (загальна інформація, мета освітньої програми та її характеристика, придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання, викладання та оцінювання, програмні компетентності, ПРН, ресурсне забезпечення реалізації програми, академічна мобільність);
 - 2) перелік освітніх компонентів та їх логічна послідовність (структурно-логічна схема (СЛС));
 - 3) форма атестації здобувачів;
 - 4) матриця відповідності програмних компетентностей компонентам ОПП;
 - 5) матриця забезпечення ПРН відповідними компонентами ОПП; каталог дисциплін вільного вибору студента.
- Освітні компоненти, включені до ОПП (обов'язкові компоненти – 73%, з них: практична підготовка – 24%, кваліфікаційна робота – 23% та вибіркові дисципліни -27%), становлять логічну взаємопов'язану систему, що підтверджує СЛС, та дають можливість досягти заявлених цілей та ПРН ОПП;
- всі ПРН забезпечуються обов'язковими компонентами: ОК1 Методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності, ОК2 Ділова іноземна мова, ОК3 Бізнес аналітика, ОК4 Стратегічний маркетинг, ОК5 Маркетинговий та рекламний менеджмент, ОК6 Цифрові комунікації, ОК7 Бренд-орієнтовне управління, ОК8 Маркетинг соціальних мереж, що підтверджує матриця забезпечення ПРН, силабуси та робочі програми навчальних дисциплін, програми практик;
- загальні компетентності забезпечуються обов'язковими ОК1-11, що підтверджує матриця відповідності програмних компетентностей компонентам ОПП та відображено в робочих програмах навчальних дисциплін.

Яким чином здобувачам вищої освіти забезпечена можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії?

Право студентів на побудову індивідуальної освітньої траєкторії в КНУТД закріплено у низці внутрішніх нормативних документів. Зокрема, механізми реалізації цього права регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу в КНУТД (<https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh-org-osv-proc.pdf>), Положенням про академічну мобільність учасників освітнього процесу КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/polozh_academ_mobility.pdf), а також Положення про реалізацію права на вільний вибір навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/Polozhennya_pro_vilnij_vibir_2024.pdf). Реалізація індивідуальної освітньої траєкторії здійснюється через: можливість самостійного вибору навчальних дисциплін з каталогу ДВВ; визначення теми кваліфікаційної роботи згідно з Положенням про атестацію студентів та екзаменаційну комісію у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/EK/Polozh_EK_2024.pdf); вибір тем самостійної роботи в межах кожної ОК відповідно до Положення про організацію та навчально-методичне забезпечення самостійної роботи здобувачів вищої освіти КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/Polozhennia-pro-org-navch-metod-zabezp-srs_2024.pdf). Крім того, участь студентів у додаткових курсах, тренінгах і факультативах також може бути врахована при формуванні індивідуального навчального плану. Таким чином, у КНУТД забезпечено системний і нормативно врегульований підхід до формування ІОТ студентів, що сприяє їх особистісному і професійному розвитку.

Яким чином здобувачі вищої освіти можуть реалізувати своє право на вибір навчальних дисциплін?

Здобувачі вищої освіти реалізують своє право на вибір навчальних дисциплін за даною ОПП (не менш як 25% загального обсягу кредитів підготовки). Процедура вибору навчальних дисциплін з пропонованого каталогу курсів (<https://knutd.edu.ua/ekts/dvvs/dvvs-25-26/>) є прозорою, зрозумілою та організованою для здобувачів вищої освіти відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в КНУТД (<https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh-org-osv-proc.pdf>) та Положення про реалізацію права на вільний вибір навчальних дисциплін здобувачами вищої освіти у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/Polozhennya_pro_vilnij_vibir_2024.pdf). Факт вибору студентами ДВВС підтверджувався письмовими заявами. З урахуванням власних потреб та інтересів щодо бачення майбутньої фахової діяльності студент має право обрати: навчальні дисципліни в іншому ЗВО у разі реалізації студентом права на академічну мобільність відповідно до Положення про академічну мобільність учасників освітнього процесу КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/polozh_academ_mobility.pdf). Здобувач вищої освіти також має право на зарахування результатів неформального навчання (сертифікатних програм, майстер-класів, семінарів, тренінгів тощо) відповідно до Положення про порядок визнання та перезарахування результатів навчання, здобутих шляхом формальної, неформальної та/або інформальної освіти та визначення академічної різниці у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh_neform_inform_osvita_2025.pdf).

Опишіть, яким чином ОП та навчальний план передбачають практичну підготовку здобувачів вищої освіти, яка дозволяє здобути компетентності, необхідні для подальшої професійної діяльності

ОПП та навчальний план орієнтовані на прикладний характер підготовки фахівців. Навчальним планом передбачена практична підготовка ОК9 (6 кредитів), ОК10 (9 кредитів). Організація проходження практики регламентується відповідно до Положення про організацію та проведення практичної підготовки студентів КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/Polozhennia-pro-organiz-proved-prakt-pidgot-stud_2024.pdf). ОК9,10 за ОПП здійснюються на основі розроблених кафедрою маркетингу робочих програм за кожним видом практики з урахуванням сучасних вимог до формування умінь та навичок випускників, необхідних для написання кваліфікаційної роботи та їх подальшої професійної діяльності. Кафедра маркетингу на договірній основі співпрацює з базами практик, якими є державні установи, державні та приватні підприємства України (https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/18152/?fbclid=IwY2xjawNBod1eHRuA2FlbQIxMABicmlkETFMUIBTaUxhREdlMjlmV3V3VPAR7be9ZZ-fTFBiHgFbFA_hmudthoJkTFulIWK_r2vrqHD976Teb4HEo5li5BSQ_aem_E9oPks3o8OtD1yFbXWBbDw). Студент має право на вільний вибір місця проходження виробничої та переддипломної практик. Зворотний зв'язок із базами практик забезпечується відгуком та оцінкою роботи студента на практиці, які фіксуються у щоденнику проходження практики. Моніторинг практико-орієнтованості ОПП (https://knutd.edu.ua/files/ekts/results_monitoring/2025-2mag/d5-mgkm/D5_mgkm_analit-zvit_2024_2025.pdf).

Продемонструйте, що ОП дозволяє забезпечити набуття здобувачами вищої освіти соціальних навичок (soft skills) упродовж періоду навчання

ОПП повністю забезпечує формування у здобувачів вищої освіти соціальних навичок (soft skills) протягом усього періоду навчання. Її структура та зміст зорієнтовані на розвиток міжособистісної комунікації, критичного і креативного мислення, здатності до роботи в команді, лідерства, ініціативності, відповідальності, адаптивності до змін і самостійного прийняття рішень. Зокрема, ОК1 Методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності, формує вміння здійснювати аналітичне осмислення складних проблем, структурувати і презентувати власні наукові ідеї, що сприяє розвитку навичок стратегічного мислення та самоорганізації. ОК2 Ділова іноземна мова розвиває комунікативну компетентність, міжкультурну толерантність, уміння вести переговори та презентувати себе у міжнародному професійному середовищі. ОК9 виробнича і ОК10 переддипломна практики, сприяють закріпленню навичок командної роботи, професійного спілкування, проєктного менеджменту та відповідального ставлення до виконання завдань у реальних умовах. Також набуттю соціальних навичок сприяє залучення студентів до популяризації спеціальності при проведенні Днів відкритих дверей, галузевого ярмарку вакансій, семінарів-дискусій, участі у наукових конференціях, рекламних фестивалях та волонтерській діяльності: <https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/18198>, <https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/17513/>, <https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/18572/>, <https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/18410/>, <https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/14898/>.

Продемонструйте, що зміст освітньої програми має чітку структуру; освітні компоненти, включені до освітньої програми, становлять логічну взаємопов'язану систему та в сукупності дають можливість досягти заявленої мети та програмних результатів навчання. Продемонструйте, що зміст освітньої програми забезпечує формування загальнокультурних та громадянських компетентностей, досягнення програмних результатів навчання, що передбачають готовність здобувача самостійно здійснювати аналіз та визначати закономірності суспільних процесів

Структура ОПП охоплює цикли загальної та професійної підготовки, практичну підготовку, а також підготовку та захист кваліфікаційної роботи, що забезпечує її цілісність, завершеність і результативність. Обов'язкові ОК загальної підготовки (ОК1-2) формують базу для критичного мислення, ефективної наукової та міжкультурної комунікації, що є ключовими для розвитку загальнокультурних і громадянських компетентностей. ОК професійної підготовки охоплюють аналітичні аспекти маркетингу (ОК3-5) і комунікаційні складові (ОК6-8), що сприяє формуванню здатності студентів до ефективного управління маркетинговими комунікаціями. Практичні компоненти (ОК9-10) та виконання кваліфікаційної роботи (ОК11) дозволяють реалізувати міждисциплінарний

підхід, застосувати набуті знання на практиці, забезпечити формування здатності самостійно аналізувати суспільні процеси, приймати аргументовані рішення та вирішувати складні задачі в умовах ринкової невизначеності. Студенти також залучаються до науково-дослідної та проєктної діяльності, що сприяє розвитку креативного потенціалу, а участь у наукових конференціях, конкурсах реклами дозволяє розвивати навички публічної комунікації та командної взаємодії. СЛС ОПП та матриці підтверджують її узгодженість, логіку побудови, а також орієнтацію на цілі сталого, професійного та особистісного розвитку студентів.

Який підхід використовує ЗВО для співвіднесення обсягу окремих освітніх компонентів ОП (у кредитах ЄКТС) із фактичним навантаженням здобувачів вищої освіти (включно із самостійною роботою)?

Порядок розподілу обсягу освітніх компонентів ОПП з урахуванням фактичного навантаження студента визначений Положенням про організацію освітнього процесу в КНУТД (<https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh-org-osv-proc.pdf>) і Положення про освітні програми у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh_op_2025.pdf). Обсяг навчального навантаження студента визначається у кредитах ЄКТС (1 кредит – 30 годин). Навантаження одного навчального року – 60 кредитів ЄКТС. Співвідношення обсягів аудиторних занять і самостійної роботи визначається з урахуванням специфіки та змісту ОК, її місця в СЛС і мети в реалізації ОПП, а також питомої ваги лекційних і практичних занять. Згідно Закону України Про вищу освіту, обсяг аудиторної роботи складає не менше 8 аудиторних годин від 1 кредиту ЄКТС дисципліни. Самостійну роботу студентів забезпечено усіма необхідними ресурсами, які розміщені у МСОП у відповідності до Положення про організацію та навчально-методичне забезпечення самостійної роботи (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/Polozhennia-pro-org-navch-metod-zabezp-srs_2024.pdf). Інформація щодо розподілу навчальних годин за формами занять та видами навчальної активності студентів надається у робочій програмі та силабусі до кожної ОК. Анкетування та пряма комунікація зі студентами демонструють ефективність встановленого співвідношення обсягу ОК ОПП із фактичним навантаженням здобувачів вищої освіти.

Яким чином структура освітньої програми, освітні компоненти забезпечують практикоорієнтованість освітньої програми? Якщо за ОП здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти за дуальною формою освіти, опишіть модель та форми її реалізації

Структура ОПП повністю відповідає її практикоорієнтованій спрямованості та забезпечує формування у студентів прикладних компетентностей, необхідних для ефективної діяльності у сфері маркетингових комунікацій. Практична складова реалізується через ОК9 та ОК10, що проходять на базі підприємств (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/18152/>) Завершальним етапом є виконання та публічний захист ОК11, що дозволяє продемонструвати інтегроване застосування здобутих знань і навичок для вирішення актуальних маркетингових завдань. До освітнього процесу активно залучаються фахівці-практики, які беруть участь у викладанні ОК, проведенні майстер-класів, воркшопів та консультуванні проєктів. (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/15906/>, <https://www.knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/17839/>, <https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/17807/>, <https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/18049/>, <https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/17539/>). Для викладання практичних занять ОК8 запрошено члена Української асоціації маркетингу, маркетолога-практика П. Шевчука. Також студенти беруть участь у професійних рекламних конкурсах (<https://www.knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/18246/>). Усе це забезпечує високий рівень практичної підготовки, адаптацію до потреб сучасного ринку праці та конкурентоспроможність випускників.

Яким чином ОП забезпечує набуття здобувачами навичок і компетентностей направлених на досягнення глобальних цілей сталого розвитку до 2030 року, проголошених резолюцією Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй від 25 вересня 2015 року № 70/1, визначених Указом Президента України від 30 вересня 2019 року № 722

КНУТД наприкінці 2024 році став учасником QS World University Rankings: Sustainability 2025 і отримав 1401-1450 загальну позицію. КНУТД – 486 з 563 європейських університетів і 9 з 17 українських ЗВО <https://knutd.edu.ua/hotnews/17915/>. КНУТД за результатами авторитетного міжнародного рейтингу Times Higher Education - THE University Impact Rankings 2025 знаходиться у світовому переліку університетів, які роблять найбільший внесок у сталий розвиток. Набуття здобувачами навичок і компетентностей направлених на досягнення глобальних цілей сталого розвитку до 2030 р., визначених Указом Президента України від 30.09.2019 №722. КНУТД здійснює планування й реалізацію заходів з метою досягнення цілей сталого розвитку, до яких дотична ОПП, а саме: якість освіти – ОПП надає якісну освіту; партнерства для досягнення цілей - співпрацює з місцевими та міжнародними партнерами у сфері маркетингу; інновації та інфраструктура – університет інвестує в сучасну інфраструктуру та обладнання; гендерна рівність – програма сприяє гендерній рівності, надаючи рівні можливості для всіх студентів, незалежно від статі; менторство та наставництво – НПП кафедри активно залучаються до менторства та наставництва.

3. Доступ до освітньої програми та визнання результатів навчання

Наведіть посилання на вебсторінку, яка містить інформацію про правила прийому на навчання та вимоги до вступників ОП

Інформацію щодо правил прийому та порядку вступу розміщено на офіційному веб-сайті Університету

Поясніть, як правила прийому на навчання та вимоги до вступників ураховують особливості ОП?

Відповідно до Правил прийому на навчання для здобуття вищої освіти у КНУТД в 2025 році (https://knutd.edu.ua/admissions_main/admissions_rules/) для конкурсного відбору осіб, які на основі НРК 6; НРК7 вступають для здобуття освітнього ступеня магістра за ОПП, зараховувались бали вступних випробувань, які проводились Українським центром оцінювання якості освіти відповідно до законодавства: єдиний вступний іспит – тест з іноземної мови (ваговий коефіцієнт вступного випробування – 0,2) та тест загальної навчальної компетентності (ваговий коефіцієнт вступного випробування – 0,2); єдине фахове вступне випробування – предметний тест з управління та адміністрування (ваговий коефіцієнт вступного випробування – 0,6). Окрім того, вступники подавали мотиваційний лист, критерії його оцінювання наведено в Додатку 11 до Правил прийому (https://knutd.edu.ua/files/pravila/2025/Dodatok11_21.05.2025.pdf). Програма єдиного фахового вступного випробування – предметного тесту з управління та адміністрування затверджена наказом Міністерства освіти і науки України від 11.02.2022 № 157 враховує особливості ОПП, оскільки включає розділ 2 Маркетинг.

Яким документом ЗВО регулюється питання визнання результатів навчання та кваліфікацій, отриманих на інших освітніх програмах? Яким чином забезпечується доступність цієї процедури для учасників освітнього процесу?

Порядок визнання та перезарахування результатів навчання, які отримані в інших ЗВО, регулює Положення про порядок визнання та перезарахування результатів навчання, здобутих шляхом формальної, неформальної та/або інформальної освіти та визначення академічної різниці у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh_neform_inform_osvita_2025.pdf). Сертифікати, оцінки за системою ЄКТС, окремі модулі чи навчальні дисципліни, які вивчаються здобувачами вищої освіти у інших ЗВО за програмою академічної мобільності, можуть бути перезараховані згідно з Положенням про академічну мобільність учасників освітнього процесу Київського національного університету технологій та дизайну (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/polozh_academ_mobility.pdf). Доступність вище зазначених положень для учасників освітнього процесу забезпечує їх розміщення на офіційному сайті КНУТД.

Наведіть конкретні приклади та прийняті рішення щодо визнання результатів навчання та кваліфікацій, отриманих на інших освітніх програмах (зокрема під час академічної мобільності)

Визнання результатів навчання та кваліфікацій, отриманих на інших освітніх програмах (зокрема під час академічної мобільності) регулюється Положенням про академічну мобільність учасників освітнього процесу Київського національного університету технологій та дизайну (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/polozh_academ_mobility.pdf), однак таких прикладів немає.

Яким документом ЗВО регулюється питання визнання результатів навчання, отриманих в неформальній та/або інформальній освіті? Яким чином забезпечується доступність цієї процедури для учасників освітнього процесу?

Результати навчання, які здобуті шляхом неформальної та/або інформальній освіті, регламентуються Положенням про порядок визнання та перезарахування результатів навчання, здобутих шляхом формальної, неформальної та/або інформальної освіти та визначення академічної різниці у Київському національному університеті технологій та дизайну (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh_neform_inform_osvita_2025.pdf). Доступність вище зазначеного положення для учасників освітнього процесу забезпечує його розміщення на офіційному сайті КНУТД.

Наведіть конкретні приклади та прийняті рішення щодо визнання результатів навчання отриманих у неформальній та/або інформальній освіті

Рішення щодо визнання результатів навчання отриманих у неформальній та/або інформальній освіті регулюються Положенням про порядок визнання та перезарахування результатів навчання, здобутих шляхом формальної, неформальної та/або інформальної освіти та визначення академічної різниці у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh_neform_inform_osvita_2025.pdf), однак таких прикладів немає.

4. Навчання і викладання за освітньою програмою

Продемонструйте, що освітній процес на освітній програмі відповідає вимогам законодавства (наведіть посилання на відповідні документи). Яким чином методи, засоби та технології навчання і викладання на ОП сприяють досягненню мети та програмних результатів навчання?

Положення про організацію освітнього процесу в КНУТД (<https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh-org-osv-proc.pdf>), розроблене відповідно до Законів України «Про освіту», «Про вищу освіту», «Про фахову передвищу освіту», Статуту КНУТД та інших нормативних актів, спрямоване на забезпечення якісної підготовки фахівців, їх конкурентоспроможності на національному й міжнародному ринках праці та здатності до ефективної діяльності на рівні світових стандартів. Методи, засоби та технології навчання включають класичні й інноваційні підходи:

словесний, дослідницький, пояснювально-демонстраційний, репродуктивний, метод проблемного викладання. У межах ОК1 Методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності магістри готують тези та виступають на різнорівневих науково-практичних конференціях, що підтверджується збірниками тез (<https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/29864>). Під час вивчення ОК7 Бренд-орієнтовне управління, ОК4 Стратегічний маркетинг, студенти беруть участь в Українському студентському фестивалі реклами та інших рекламних конкурсах, що сприяє застосуванню теоретичних знань на практиці, розвитку креативності, стратегічного мислення та командної роботи, презентації власних проєктів професійній аудиторії, отриманню зворотного зв'язку від експертів ринку, налагодженню контактів із роботодавцями та формуванню портфоліо (<https://www.knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/18246/>).

Продемонструйте, яким чином методи, засоби та технології навчання і викладання відповідають вимогам студентоцентрованого підходу. Яким є рівень задоволеності здобувачів вищої освіти методами навчання і викладання відповідно до результатів опитувань?

Студентоцентризм є одним із принципів організації освітнього процесу в КНУТД, що передбачає створення освітнього середовища, орієнтованого на потреби та інтереси здобувачів вищої освіти, а також формування ними індивідуальної освітньої траєкторії (<https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh-org-osv-proc.pdf>). Право на вільний вибір навчальних дисциплін забезпечує можливість студенту формувати власний навчальний план відповідно до професійних цілей та наукових інтересів (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/Polozhennya_pro_vilnij_vibir_2024.pdf). Положення про академічну мобільність (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/polozh_academ_mobility.pdf) створює умови для здобуття нових знань і досвіду в інших ЗВО України та світу, що сприяє розвитку критичного мислення та інтернаціоналізації освіти. Контроль за дотриманням принципів студентоцентризму здійснюється через опитування студентів та НПП. Зокрема, оцінюється задоволеність умовами, процесом і результатами навчання, а також залучення студентів до формування ОПП (https://www.knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh_or_2025.pdf). За результатами опитування 90,9% відзначили використання сучасних методів навчання; 72,7% – зазначили, що навчання сприяє особистісному розвитку; 81,8% – відзначили доступність публічної інформації (https://knutd.edu.ua/files/ekts/results_monitoring/2025-2mag/d5-mgkm/D5_mgkm_analit-zvit_2024_2025.pdf).

Продемонструйте, яким чином забезпечується відповідність методів, засобів та технологій навчання і викладання на ОП принципам академічної свободи

Відповідно до Кодексу академічної доброчесності КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/kodeks_akadem_dobrochesnosti_knutd_15.09.2021.pdf) академічна свобода визначається як самостійність і незалежність учасників освітнього процесу під час педагогічної, науково-педагогічної, наукової та інноваційної діяльності. Її реалізація невіддільна від дотримання принципів академічної доброчесності (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/17319/>). Відповідність методів, засобів і технологій навчання принципам академічної свободи в КНУТД забезпечується через різноманітність педагогічних підходів, використання інноваційних технологій та індивідуалізацією освітнього процесу. НПП мають право вільно обирати форми та методи навчання. Академічна свобода студентів базується на нормативних документах і проявляється у можливості сформулювати індивідуальну траєкторію навчання, обирати формат навчання, поєднувати навчання з професійною діяльністю, реалізовувати потенціал у різних освітніх та практичних середовищах, обрати бази практик, теми кваліфікаційних робіт та ін. Індивідуальний графік регламентується Положенням про організацію навчання за індивідуальним графіком (https://drive.google.com/file/d/1kuo79jOR_TOavUXQVoc_oVnP6T_ePRvi/view), дуальна форма – Положенням про порядок організації та реалізації дуальної форми здобуття освіти (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/Polozhennya/Polozhennya_pro_dualnu_osvitu_KNUTD_finish_do%20nakazu.pdf).

Опишіть, яким чином і у які строки учасникам освітнього процесу надається інформація щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання у межах окремих освітніх компонентів

Освітні програми КНУТД та робочі навчальні програми є відкритими та доступними на офіційному сайті КНУТД (<https://knutd.edu.ua/ekts/2025/op-fubd/>, https://knutd.edu.ua/admissions_main/obrat-profesiju/567/13756/). Використання електронних ресурсів Університету регламентується Положенням про організацію освітнього процесу в КНУТД (<https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh-org-osv-proc.pdf>). Доступ до інформаційних ресурсів КНУТД вільний та безоплатний. Завдяки МСОП (<https://msnp.knutd.edu.ua/login/>) учасники освітнього процесу мають можливість отримати вичерпну інформацію щодо цілей, змісту та очікуваних результатів навчання, порядку та критеріїв оцінювання для кожного освітнього компоненту. З метою здійснення моніторингу результатів навчання використовується Електронний журнал обліку навчальної роботи здобувачів вищої освіти (<https://ed.knutd.edu.ua/>). Ознайомитися з розкладом можна в автоматизованій системі управління освітнім процесом (АСУОП) КНУТД (<https://osvita.knutd.edu.ua/>).

Опишіть, яким чином відбувається поєднання навчання і досліджень під час реалізації ОП

Поєднання навчання і досліджень відбувається відповідно до Програми наука на 2024-2028 р https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/program_science_2024.pdf. Поєднання навчання і досліджень відбувається шляхом участі студентів у конференціях різних рівнів, наукових семінарах, круглих столах, де висвітлюються результати їх наукових досліджень (ОК1). Так в КНУТД проводяться Всеукраїнська науково-практична конференція молодих учених та студентів «Домінанти соціально-економічного розвитку України у нових реаліях»

(<https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/29864>) та Всеукраїнська конференція «Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості» (<https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/28710>). Тематика кваліфікаційних робіт формується у рамках ініціативної теми: Цифрова трансформація комунікаційного маркетингу: інструменти, стратегії та ефективність у сучасному бізнес-середовищі (№0125U003467). Студенти активно долучаються до наукової, практичної та інноваційної діяльності, беручи участь у заходах маркетингової спільноти України. Зокрема, Л. Кунева (МгКМ-24) стала переможницею (диплом 2 місце) у XVIII Міжнародному науково-практичному форумі «B2B Marketing International Forum», (2025р.) на базі НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського» (https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/18397/?fbclid=IwZnRzaAM6M7pleHRuA2FlbQIxMQABHilQVmqVQNCHNKphX3WG8gjxEWtvfXct2cwM3l3gDM75hVKBo-ZHE4fE3Se87_aem_ngCCBEfNNzhvmPM3aY33gA), О. Соїна (гр.МгКМ-23) прийняла участь у XII Конкурсу інноваційних стартап-проектів Sikorsky Challenge (2023р.). В. Фоменко (МгКМ-24) зайняла 3 місце у 19 Українському студентському фестивалі реклами, (2025р.) в Навчально-науковому інституті журналістики КНУ ім. Т. Шевченка. По закінченні рекламного конкурсу В. Фоменко отримала можливість стажування в агентстві Hooligan Agency (ОК7). Високий рівень підготовки здобувачів підтверджено їхньою участю у Всеукраїнській олімпіаді з маркетингу (А. Гордієнко 3 місце, гр. МгЗКМ-24) (2025р.) в Національному технічному університеті України «КПІ ім. Ігоря Сікорського» (ОК4). Крім того, студенти демонструють зацікавленість у сучасних викликах галузі, беручи активну участь у засіданнях, панельних дискусіях та професійних обговореннях, які організовують Українська асоціація маркетингу, Спілка рекламистів України та інші стейкхолдери. Така залученість сприяє не лише формуванню фахових компетентностей, але й розвитку критичного мислення, інноваційного підходу до вирішення завдань, а також поглибленню професійних зв'язків із представниками бізнесу та академічної спільноти. Згідно з Положенням про студентський науковий гурток КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/Polozhennya/polozh_stud-nauk-gurtky_2023.pdf) на кафедрі діє науковий гурток «Студентський маркетинговий клуб «М-Team» (<https://knutd.edu.ua/researchwork/stud-nauk-gurt/m-team/>) (Наказ КНУТД від 26.08.2025 р. № 321), який забезпечує інтеграцію навчальної та наукової діяльності студентів.

Продемонструйте, із посиланням на конкретні приклади, яким чином викладачі оновлюють зміст освітніх компонентів на основі наукових досягнень і сучасних практик у відповідній галузі

Оновлення змісту навчальних дисциплін здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в КНУТД (<https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh-org-osv-proc.pdf>), Положення про освітні програми у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh_op_2025.pdf) і Положення про організацію та навчально-методичне забезпечення самостійної роботи здобувачів вищої освіти КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/Polozhennia-pro-org-navch-metod-zabezp-srs_2024.pdf). Основою оновлення змісту ОК є результати наукових досліджень НПП кафедри, отримані як у процесі самостійної наукової діяльності, так і в результаті співпраці зі стейкхолдерами. Важливою складовою цього процесу є професійна активність НПП, які є членами Української асоціації маркетингу. У межах діяльності асоціації НПП систематично беруть участь у професійних тренінгах, семінарах і науково-практичних заходах, що сприяє безперервному підвищенню їхньої кваліфікації та впровадженню в освітній процес інноваційних методів викладання та актуальних практик маркетингової діяльності. Зокрема, ОК6 «Цифрові комунікації» було оновлено після проходження Орел А. М. курсу УАМ «Маркетинг PRO: практичний підхід через кейси», у межах якого було застосовано сучасні методи кейс-аналізу, моделювання комунікаційних стратегій та відпрацювання практичних навичок роботи з цифровими платформами і сервісами. В ОПП використовуються також знання, набуті в процесі підвищення кваліфікації та міжнародного стажування. Результати наукових досягнень НПП постійно впроваджуються в ОК для забезпечення досягнення ПРН та формування компетентностей, визначених в ОПП. Наприклад, ОК8 «Маркетинг соціальних мереж» було оновлено з урахуванням результатів стажування викладача Квіта Г.М. в ІТ-компанії Genesis за курсом «Маркетинг ІТ-продуктів». У процесі модернізації змісту дисципліни було інтегровано сучасні освітні практики та інструменти, зокрема: виконання практичних завдань на спеціалізованій платформі Strum, використання інтролекцій провідних фахівців галузі, використання гайдів з інфографіками, проведення інтерактивних занять, а також розв'язування кейсів із використанням реальних статистичних даних соціальної мережі TikTok. Крім того, в освітній процес було впроваджено скрінкасти як дидактичний інструмент для покрокового демонстрування алгоритмів роботи з сучасними маркетинговими сервісами. Такі оновлення сприяють формуванню у здобувачів актуальних професійних компетентностей, забезпечують практико-орієнтоване навчання та підвищують рівень інтеграції освітнього процесу з реальними вимогами сучасного ринку цифрового маркетингу (https://knutd.edu.ua/admissions_main/obraty-profesiju/567/13756/).

Опишіть, яким чином навчання, викладання та наукові дослідження пов'язані з інтернаціоналізацією діяльності за освітньою програмою та закладу вищої освіти

У відповідності до Програми інтернаціоналізації КНУТД на 2024-2028 роки (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/program_internationalization_2024.pdf) та Програми Наука на 2024-2028рр. (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/program_science_2024.pdf) зміст ОК ОПП передбачає ознайомлення здобувачів вищої освіти із сучасними досягненнями світової освіти і науки. Учасники освітнього процесу беруть участь у міжнародних конференціях, стажуваннях та конкурсах завдяки чому мають можливість ознайомитись з актуальними тенденціями розвитку міжнародного маркетингу. Здобувачі вищої освіти та НПП мають доступ до міжнародних інформаційних ресурсів та баз даних. З 2017 р. КНУТД має доступ до міжнародних наукових баз Scopus та Web of Science за кошти держбюджету (Наказ МОН України від 19.09.2017р. №1286). Домінантною умовою інтернаціоналізації університету виступає академічна мобільність НПП: Євсейцева О.С. (2023р. Міжнародна академія прикладних наук в Ломжі), Орел А.М. (2025 р. Varna University of Management Болгарія; 2023р. WSB University, Польща), Євсейцева О.С., Бебко С.В., Квіта Г.М., Шіковець К.О. (2024р. Університет Фоджа (Італійська Республіка, м. Фоджа), Євсейцева О.С. (2025р. Університет прикладних наук RISEBA). У КНУТД здійснюється робота з укладання та розширення співпраці з провідними закладами вищої освіти зарубіжжя.

5. Контрольні заходи, оцінювання здобувачів вищої освіти та академічна доброчесність

Яким чином форми контрольних заходів та критерії оцінювання здобувачів вищої освіти дають можливість встановити досягнення здобувачем вищої освіти результатів навчання для окремого освітнього компонента та/або освітньої програми в цілому?

Положення про організацію освітнього процесу в КНУТД (<https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh-org-osv-proc.pdf>) та Положення про атестацію студентів та екзаменаційну комісію у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/EK/Polozh_EK_2024.pdf) Положення про порядок і методику рейтингового оцінювання академічних досягнень студентів КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/Polozhennia-pro-poriadok-metod-ro-akadem-dos_2024.pdf) містять опис видів контрольних заходів та вимоги до них. Основними видами контролю є поточний (тематичний та самостійна робота), модульний та підсумковий (екзамен). Поточний (тематичний та самостійна робота), модульний контроль знань, умінь та практичних навичок здобувачів вищої освіти проводиться після вивчення логічно завершеної частини навчального матеріалу з метою стимулювання студентів до постійної самостійної навчальної роботи та зменшення контрольних заходів у період залікової та екзаменаційної сесії. До модульного контролю допускаються здобувачі вищої освіти, які виконали індивідуальний навчальний план, тобто передбачені в конкретному змістовому модулі всі види навчальної роботи; до підсумкового контролю допускаються студенти за умови проходження усіх модульних контролів. Оцінювання академічних досягнень здобувачів вищої освіти з навчальних дисциплін здійснюється на основі накопичення балів поточного (тематичної та самостійної роботи), модульного та підсумкового контролів. Результати навчальних досягнень здобувачів вищої освіти з поточного (тематичної та самостійної роботи), модульного, підсумкового (екзамен) контролю оцінюються за національною чотирибальною шкалою («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно»), а заліків – двобальною («зараховано», «незараховано»), а також всі види контролю оцінюються за стобальною шкалою та за шкалою ЕКТС. Якщо студент набрав достатню кількість балів за сумою оцінок з окремих змістових модулів, він може бути звільненим від екзамену, а набраний ним сумарний бал переводиться в оцінку за національною чотирибальною шкалою, за стобальною шкалою та шкалою ЕКТС. Здобувачі вищої освіти, які за результатами рубіжного контролю набрали достатню кількість балів, але не погоджуються з результатом і бажають підвищити свою успішність, мають право скласти екзамен. Форми проведення контрольних заходів обґрунтовано та підтверджено силабусами, робочими програмами дисциплін, критеріями оцінювання тощо. Оцінку результатів про захист кваліфікаційної роботи, а також про присудження освітнього ступеня магістра та відповідної кваліфікації здійснює екзаменаційна комісія (ЕК). Рішення приймається на закритому засіданні ЕК відкритим голосуванням звичайною більшістю голосів членів ЕК, які брали участь в засіданні. При однаковій кількості голосів голова ЕК має вирішальний голос. Оцінки виставляє кожен член ЕК, а голова підсумовує їх результати по кожному студенту.

Яким чином забезпечуються чіткість та зрозумілість форм контрольних заходів та критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти?

Форми контрольних заходів та критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти на ОПП є чіткими та зрозумілими та регулюються Положенням про організацію освітнього процесу в КНУТД (<https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh-org-osv-proc.pdf>) та Положенням про порядок і методику рейтингового оцінювання академічних досягнень студентів КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/Polozhennia-pro-poriadok-metod-ro-akadem-dos_2024.pdf). Форми контрольних заходів та критерії оцінювання розміщені у силабусах та робочих програмах кожного освітнього компонента ОПП (<https://msnp.knutd.edu.ua/login/>), що дає можливість встановити досягнення студентом результатів навчання для окремого освітнього компонента та ОПП в цілому, а також оприлюднюються заздалегідь у МСОП КНУТД. НПП під час проведення занять з дисципліни інформує студентів про форми проведення контролю. Через електронні ресурси МСОП студент має змогу самостійно підготуватися до контрольних заходів. Формою атестації є кваліфікаційна робота, виконання і захист якої відбувається на завершальному етапі навчання за ОПП. Інформація про критерії оцінювання атестації розміщена в Положеннях про атестацію студентів та екзаменаційну комісію у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/EK/Polozh_EK_2024.pdf) та методичних вказівках кафедри.

Яким чином і у які строки інформація про форми контрольних заходів та критерії оцінювання доводиться до здобувачів вищої освіти?

Інформацію про форми контрольних заходів та критерії їх оцінювання, НПП доводять до студентів на початку викладання кожної дисципліни в кожному окремому семестрі на першому аудиторному занятті в усній формі, а також розміщують в МСОП у складі силабусів та робочих програм, переліків питань (завдань, задач тощо) для проведення поточного та підсумкового контролів. НПП оновлюють навчально-методичні матеріали дисципліни на початку кожного навчального року, затверджують на засіданні кафедри та розміщують їх у МСОП. Інформацію про форми контрольних заходів оприлюднюють у МСОП та графіку навчального процесу КНУТД (<https://knutd.edu.ua/ekts/grafik/>), а інформацію про дату, час і місце проведення екзаменів в автоматизованій системі управління освітнім процесом (АСУОП) (<https://osvita.knutd.edu.ua/>).

Яким чином форми атестації здобувачів вищої освіти відповідають вимогам стандарту вищої освіти (за наявності)? Прояснюйте, що результати навчання підтверджуються результатами єдиного державного кваліфікаційного іспиту за спеціальностями, за якими він запроваджений

Стандартом вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для другого (магістерського) рівня вищої освіти (Наказ МОН від 10.07.2012 №960) (<https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf>) передбачено, що атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи. Порядок створення екзаменаційної комісії регламентується Положенням про атестацію студентів та екзаменаційну комісію у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/EK/Polozh_EK_2024.pdf). Мета та завдання; права та обов'язки здобувача освіти, наукового керівника, рецензента кваліфікаційної роботи; структура та зміст кваліфікаційної роботи, вимоги до змісту та оформлення кваліфікаційної роботи, дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти при написанні кваліфікаційної роботи; порядок захисту та контролю кваліфікаційної роботи; критерії оцінювання регламентуються Методичними рекомендаціями з виконання кваліфікаційної роботи що розміщені у МСОП. Відповідно до затвердженого Стандарту здійснюється перевірка кваліфікаційної роботи на відсутність плагіату (в Університеті використовується програма "StrikePlagiarism") (<https://strikeplagiarism.com/en/>) та розміщення в репозитарії КНУТД.

Яким документом ЗВО регулюється процедура проведення контрольних заходів? Яким чином забезпечується його доступність для учасників освітнього процесу?

Положення про організацію освітнього процесу в КНУТД (<https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh-org-osv-proc.pdf>) та Положення про атестацію студентів та екзаменаційну комісію у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/EK/Polozh_EK_2024.pdf) Положення про порядок і методику рейтингового оцінювання академічних досягнень студентів КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/Polozhennia-pro-poriadok-metod-ro-akadem-dos_2024.pdf) містять опис видів контрольних заходів та вимоги до них. У документах визначено правила та процедури проведення контрольних заходів, що є доступними для всіх учасників освітнього процесу через сайт КНУТД (<https://knutd.edu.ua/ekts/docs/>). Для здобувачів є доступним у МСОП: Графік освітнього процесу КНУТД (<https://knutd.edu.ua/ekts/grafik/>), автоматизована система управління освітнім процесом (розклад навчальних занять) АСУОП КНУТД (<https://osvita.knutd.edu.ua/>).

Яким чином процедури проведення контрольних заходів забезпечують об'єктивність екзаменаторів? Якими є процедури запобігання та врегулювання конфлікту інтересів? Наведіть приклади застосування відповідних процедур на ОП

Об'єктивність оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти забезпечується згідно з Положенням про організацію освітнього процесу КНУТД (<https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh-org-osv-proc.pdf>), Положенням про політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій у КНУТД (https://drive.google.com/file/d/1_K4KchViQdNsIHGcYamwB34VLLzsBEVO/view), Антикорупційною програмою КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/anticor/antikor_pr_2023-2026.pdf). Можливість оскарження оцінки та її повторного складання відбувається згідно з відповідними процедурами. Наприклад: оскарження оцінювання студентів можливе під час відповіді на практичних заняттях. Якщо студент не погоджується з балами, то він повідомляє про це НПП. НПП у порядку визначеному політикою курсу приймає відповідні рішення. Прозорість процедури включає ознайомлення здобувачів вищої освіти з переліком екзаменаційних питань та формою складання іспиту. Здобувачі вищої освіти мають вільний доступ для ознайомлення з оцінками в електронному журналі КНУТД (<https://ed.knutd.edu.ua/>).

Яким чином процедури ЗВО урегулюють порядок повторного проходження контрольних заходів? Наведіть приклади застосування відповідних правил на ОП

Порядок повторного проходження контрольних заходів здобувачами регулюється Положенням про порядок повторного вивчення освітнього компонента освітньої програми у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/Polozhennia-pro-poriadok-povt-vyvch-ok-op_2024.pdf). Повторне складання екзамену допускається у випадку, якщо студент не з'явився на екзамен або отримав «незадовільно» - від 35 до 59 балів «FX» під час першої спроби. Дозволяється ліквідувати академічну заборгованість максимум за два перескладання (викладачу та комісії). За наявності поважних підстав студенту може бути надана академічна відпустка або можливість повторного проходження курсу навчання. Повторне складання екзамену здійснюється після закінчення сесії у період ліквідації академічних заборгованостей. Студенти, які отримали з дисципліни семестрову оцінку «незадовільно» від 1 до 34 балів «F» або не виконали індивідуальний план мають право на повторне вивчення дисципліни та ліквідацію академічної заборгованості через отримання додаткових освітніх послуг КНУТД. За час існування даної ОПП випадків повторного проходження контрольних заходів не було.

Яким чином процедури ЗВО урегулюють порядок оскарження процедури та результатів проведення контрольних заходів? Наведіть приклади застосування відповідних правил на ОП

Процедури оскарження результатів проведення контрольних заходів представлені в Положенні про політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій у КНУТД (https://drive.google.com/file/d/1_K4KchViQdNsIHGcYamwB34VLLzsBEVO/view?usp=sharing) та п. 5 Положенні про порядок і методику рейтингового оцінювання академічних досягнень студентів КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/Polozhennia-pro-poriadok-metod-ro-akadem-dos_2024.pdf). Студент, який не погоджується з результатом підсумкового контролю (оцінкою/балами за екзамен), має право подавати заяву (апеляцію) на ім'я ректора за погодженням декана ФЕУ у день проведення екзамену або не пізніше 15-00 наступного робочого дня. Для розгляду апеляції студента наказом ректора створюється апеляційна комісія. Апеляція розглядається протягом трьох робочих днів після її подачі. За бажанням студента, що подав апеляцію, він може бути присутнім при розгляді своєї заяви. У випадку надходження апеляції на оскарження результатів оцінки за атестацію

студентів процедура розгляду апеляцій регламентується п.5 Положення про порядок створення та організацію роботи експертної комісії в КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/EK/Polozh_EK.pdf). У КНУТД функціонує скринька довіри для звернення студентів (<https://knutd.edu.ua/dovira/>). Під час реалізації ОПП, що акредитується, випадків застосування відповідних правил не було.

Які документи ЗВО містять політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності?

Політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності у КНУТД визначено у: Кодексі академічної доброчесності КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/kodeks_akadem_dobrochesnosti_knutd_15.09.2021.pdf); Стратегії розвитку КНУТД в умовах воєнного стану та повоєнної відбудови України на 2024 - 2028 рр. (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/strategy_2024.pdf), Положенні про організацію освітнього процесу в КНУТД (<https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh-org-osv-proc.pdf>), Положенні про порядок і методику рейтингового оцінювання академічних досягнень студентів КНУТД» (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/Polozhennia-pro-porjadok-metod-ro-akadem-dos_2024.pdf), Положенні про атестацію студентів та експертну комісію у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/EK/Polozh_EK_2024.pdf), Положенні про запобігання та виявлення академічного плагіату в наукових роботах в КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/Polozhennia_antiplagiat_2025.pdf), Програми забезпечення якості підготовки фахівців у КНУТД на 2024-2028 рр. (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/program_quality_2024.pdf). Системи забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/Polozhennia-pro-syst-zabezp-yakosti-od-vo_2024.pdf), Програма забезпечення якості підготовки фахівців у КНУТД на 2024-2028 рр. (https://www.knutd.edu.ua/files/dostupdopi/program_quality_2024.pdf).

Які технологічні рішення використовуються на ОП як інструменти протидії порушенням академічної доброчесності? Вкажіть посилання на репозиторій ЗВО, що містить кваліфікаційні роботи здобувачів вищої освіти ОП

З метою запобігання та уникнення академічної недоброчесності на ОПП використовуються ефективні технологічні рішення, які є чіткими і зрозумілими: постійне інформування здобувачів вищої освіти щодо необхідності дотримання академічної доброчесності та неприпустимості академічного плагіату в усіх видах наукових робіт, зокрема, таке нагадування міститься в робочих програмах та силабусах навчальних дисциплін; здійснення процедури внутрішньої перевірки кваліфікаційних робіт на наявність ознак плагіату з використанням програми Strikeplagiarism відділом моніторингу якості підготовки фахівців та аналітичної роботи (МЯПФАР) згідно з Положенням про організацію освітнього процесу в КНУТД (<https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh-org-osv-proc.pdf>); агрегація кваліфікаційних робіт студентів в електронних базах КНУТД для подальшого запобігання плагіату. Відповідно до Положення про атестацію студентів та експертну комісію у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/EK/Polozh_EK_2024.pdf). Всі кваліфікаційні роботи та статті для наукових видань КНУТД проходять перевірку на наявність ознак плагіату. Дотриманню академічної доброчесності сприяє присвоєння цифрового ідентифікатора об'єкта DOI або Uniform Resource Name науковим публікаціям. Посилання на інституційний репозитарій, що містить кваліфікаційні роботи здобувачів вищої освіти ОПП (<https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/17769>).

Яким чином ЗВО популяризує академічну доброчесність серед здобувачів вищої освіти ОП?

Принципи академічної доброчесності висвітлено в Кодексі академічної доброчесності КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/kodeks_akadem_dobrochesnosti_knutd_15.09.2021.pdf), Положенні про організацію освітнього процесу в КНУТД, п. 13.4 (<https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh-org-osv-proc.pdf>). З грудня 2023р. КНУТД входить до Європейської Мережі Академічної Доброчесності (ENAI) (<https://wtime.cc/qpnH6>). Студенти в обов'язковому порядку ознайомлюються з Кодексом академічної доброчесності, який розміщено у відкритому доступі для всіх учасників освітнього процесу. Інформування щодо дотримання акад. доброчесності міститься в силабусах та РП ОК. НПП, куратори, керівник наукового гуртка проводять роз'яснювальну роботу, наголошують студентам на необхідності дотримання принципів акад. доброчесності. Також в каталозі ДВВС студентам пропонується ОК Академічне письмо та доброчесність і ОК Антикорупція та доброчесність. У 2020р. КНУТД став учасником проекту «Ініціатива академічної доброчесності та якості освіти» (<https://wtime.cc/3zKdf>). На сайті НТБ КНУТД розміщено інформацію щодо основних засад дотримання акад. доброчесності та основних ресурсів для перевірки робіт на наявність текстових співпадінь (<https://wtime.cc/ЕРМКХ>). Центр менеджменту якості освітньої діяльності регулярно проводить лекції «Академічна доброчесність в освітньому процесі та наукових дослідженнях» (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/17319/>).

Яким чином ЗВО реагує на порушення академічної доброчесності? Наведіть приклади відповідних ситуацій щодо здобувачів вищої освіти відповідної ОП

Відповідно до п.4.7 Кодексу академічної доброчесності КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/kodeks_akadem_dobrochesnosti_knutd_15.09.2021.pdf) за порушення академічної доброчесності студенти можуть бути притягнені до академічної відповідальності. Разом з тим, найуживанішою практикою реагування на виявлення фактів порушення академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація), є роз'яснювальна робота зі студентами. У силабусі та в робочій програмі кожної ОК в розділі «Політика курсу» прописуються аспекти яких студенти обов'язково дотримуватися. У разі виявлення плагіату у кваліфікаційній роботі відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в КНУТД п. 13.4 (<https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh-org-osv-proc.pdf>) декан ФЕУ, за поданням завідувача кафедри,

може прийняти рішення щодо відрахування студента з КНУТД. На сайті НТБ КНУТД розміщено інформацію щодо основних засад дотримання академічної доброчесності (<https://lib.knutd.edu.ua/elresources>). Результати анкетування щодо академічної доброчесності у КНУТД висвітлюються на сайті Університету. Відповідних ситуацій щодо порушення академічної доброчесності студентами, не було.

6. Людські ресурси

Продемонструйте, що викладачі, залучені до реалізації освітньої програми, з огляду на їх кваліфікацію та/або професійний досвід спроможні забезпечити освітні компоненти, які вони реалізують у межах освітньої програми, з урахуванням вимог щодо викладачів, визначених законодавством

НПП, залучені до реалізації ОПП, володіють належним рівнем кваліфікації та мають достатній професійний досвід, що забезпечує якісне викладання ОК у відповідності до вимог чинного законодавства, зокрема пунктів 37 та 38 ЛУ провадження освітньої діяльності (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF>). Відповідність кадрового складу вимогам підтверджується належним рівнем професійної активності НПП (табл.2). Вимоги до рівня професіоналізму під час конкурсного відбору визначаються Положенням про порядок проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад НПП, обрання за конкурсом та укладання з ними трудового договору (контракту) у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/polozhennia_konkurs_npp_2023.pdf). Обов'язковою умовою конкурсного відбору є врахування результатів професійної діяльності за попередній період роботи в КНУТД. Таке оцінювання здійснюється на підставі щорічного рейтингового оцінювання відповідно до Положення про рейтингове оцінювання діяльності НПП КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/rating_npp.pdf). Професійний досвід НПП підтверджено участю у наукових дослідженнях, результати яких опубліковано у фахових виданнях України категорії Б та у виданнях, що індексуються у базах Scopus та WoS. Викладачі активно залучаються до підвищення кваліфікації, проходять професійні тренінги і стажування.

Продемонструйте, що процедури конкурсного відбору викладачів є прозорими, недискримінаційними, дають можливість забезпечити потрібний рівень їхнього професіоналізму для успішної реалізації освітньої програми та послідовно застосовуються

Процедура добору є публічною, реалізується на основі принципів відкритості, рівності прав членів конкурсної комісії і претендентів на посаду, колегіальності й обґрунтованості прийнятих рішень, неупередженого ставлення до кандидатів. Вимоги до рівня професіоналізму НПП визначено у Положенні про проведення конкурсного відбору при заміщенні вакантних посад НПП, обрання за конкурсом та укладання з ними трудових договорів (контрактів) у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/polozhennia_konkurs_npp_2023.pdf). Рівень професіоналізму НПП під час конкурсного відбору досягається перевіркою конкурсною комісією відповідності претендентів основним кваліфікаційним вимогам, визначеними ЛУ провадження освітньої діяльності (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF>). НПП, які претендують на участь у конкурсі на наступний термін, подають до канцелярії КНУТД заяву про участь у конкурсі на ім'я ректора та анкету. Особи, які вперше беруть участь у конкурсі, подають документи згідно з п.4.2 Положення. Після завершення строку подання документів, канцелярія передає їх секретарю кадрової комісії, на засіданні якої перевіряється відповідність поданих документів чинному законодавству. Після завершення роботи кадрової комісії документи передаються до відділу кадрів. Обов'язковою є оцінка рівня наукової та професійної активності претендента за результатами щорічного рейтингового оцінювання діяльності за попередній термін роботи (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/rating_npp.pdf).

Опишіть, із посиланням на конкретні приклади, яким чином заклад вищої освіти залучає роботодавців, їх організації, професіоналів-практиків та експертів галузі до реалізації освітнього процесу

До реалізації освітнього процесу в КНУТД активно залучаються фахівці-практики та експерти галузі, які відіграють важливу роль у формуванні та вдосконаленні ОПП (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/18850/>). Представники роботодавців беруть участь у читанні лекцій та проведенні практичних занять, зокрема організовано лекції: Ю. Городецького, директора з маркетингу «Hisense Україна» на тему: «Керування репутацією бренду та безпека даних в мережі інтернет», «Маркетингове управління в кризових умовах: антикризові стратегії та кейси»; М. Короленко, співзасновника туристичної компанії «Загор'є» з теми «Цінності.Ширший погляд на потреби»; Метью Гортон (Matthew Gorton), професор з Університету Ньюкастла з теми «Державна політика та маркетинг: стимулювання сталого та здорового споживання харчових продуктів», Марка Зігеля, професора Каліфорнійського державного університету Сан-Маркос (CSUSM) з теми «Управління, відповідність, стійкість та управління ризиками для покращення української торгівлі та маркетингу»; А. Остапенко, CEO «Media First Ukraine», «BetterSvit Holding», на тему: «Експертне бачення сучасного рекламного ринку»; Яни Лут бренд-менеджер «KFC Ukraine», на тему: «Аналіз маркетингових стратегій всесвітньо відомої мережі фастфуду KFC» (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/18049/>), (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/17732/>), (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/17807/>), (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/18125/>).

Яким чином ЗВО сприяє професійному розвитку викладачів ОП? Наведіть конкретні приклади такого сприяння

Сприяння професійному розвитку НПП є складовою Системи забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/Polozhennia-pro-syst-zabezp-yakosti-od-vo_2024.pdf) НПП кафедри Маркетингу є членами Української асоціації маркетингу, що підтверджується відповідними сертифікатами. НПП систематично проходять підвищення кваліфікації (не рідше одного разу на п'ять років), що забезпечує їхню адаптацію до сучасних освітніх вимог та сприяє підвищенню якості викладання, що зазначено в Положенні про підвищення кваліфікації науково-педагогічних і педагогічних працівників КНУТД (<https://www.knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh-pidv-kvalif-npp.pdf>). Зокрема підвищення кваліфікації пройшли: Квіта Г.М., Шіковець К.О. (2022 у Навчально-науковому інституті права та сучасних технологій КНУТД, та опанували цифрові технології, що застосовуються в освітньому процесі), Євсейцева О.С. (2023 Національна академія педагогічних наук України; Міжнародна академія прикладних наук в Ломжі), Орел А.М. (2023 р. НУБІП ННІНО). Міжнародне стажування пройшли: Орел А.М. (2025р. Varna University of Management Болгарія; 2023р. WSB University, Польща), Євсейцева О.С., Бебко С.В., Квіта Г.М., Шіковець К.О. (2024 р. Університет Фоджа, Італійська Республіка, м. Фоджа), Євсейцева О.С. (2025 р. Університет прикладних наук RISEBA). Квіта Г.М. (2023р. пройшла стажування в ІТ-компанії Genesis).

Наведіть конкретні приклади заохочення розвитку викладацької майстерності

КНУТД стимулює розвиток викладацької майстерності через матеріальне та професійне заохочення відповідно до Положення про рейтингове оцінювання діяльності НПП (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/rating_npp.pdf). Рейтинг кожного з НПП є підставою для прийняття керівництвом КНУТД рішень щодо конкурсного відбору на заміщення вакантних посад, визначення розміру преміальних виплат, стимулюючих надбавок та інших заохочень, що передбачені Статутом КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/statut_knutd_2023_05.pdf). За досягнення у науковій, освітній та педагогічній діяльності НПП відзначаються державними нагородами, отримують звання: Грамота МОН України, Подяки МОН України Євсейцева О.С. (2025, 2024); Грамоти і Подяки ректора КНУТД Євсейцева О.С. (2024), Шіковець К.О. (2023); Подяка декана ФЕУ Євсейцева О.С., Бебко С.В., Орел А.М., Шіковець К.О., Квіта Г.М., Городецький Ю.Д. (2024); Орел А.М. є стипендіатом Кабінету Міністрів України для молодих вчених (наказ від 20.08.2024 р. №1/15038).

7. Освітнє середовище та матеріальні ресурси

Продемонструйте, яким чином навчально-методичне забезпечення, фінансові та матеріально-технічні ресурси (програмне забезпечення, обладнання, бібліотека, інша інфраструктура тощо) ОП забезпечують досягнення визначених ОП мети та програмних результатів навчання

Реалізація ОПП забезпечується матеріально-технічною базою КНУТД, яка відповідає ліцензійним вимогам. Науково-технічна бібліотека володіє фондом зібрання наукової, навчальної, довідкової літератури й періодичних видань зі спеціальності (<http://lib.knutd.edu.ua/>), інституційним репозиторієм наукових праць НПП (<https://er.knutd.edu.ua/>) та забезпечує можливість безоплатного доступу до баз Scopus, Web of Science. Навчальні аудиторії з відповідним мультимедійним обладнанням, комп'ютерний клас загально університетського фонду з відповідним програмним забезпеченням. Побутова інфраструктура (гуртожитки, бібліотека (спеціальна наукова, електронна, читальний зал), студентський театр Ковчег, навчальний центр «Студентське кафе», спортивні зали, стадіон, постійно діючий Виставковий центр КНУТД «Мистецький простір» (<https://knutd.edu.ua/art-space/>) та інше наявні у вільному доступі. Освітня діяльність за ОПП здійснюється у 1-му та 4-му корпусах, де наявні навчальні аудиторії, актові зали, спортзали, бібліотеки, студія оперативного друку тощо. Всі освітні компоненти ОПП забезпечені навчально-методичним комплексом, який знаходиться в персональному доступі здобувачів та викладачів в МСОП (<https://msnp.knutd.edu.ua/>). Матеріально-технічна база кафедри маркетингу забезпечує досягнення визначених ОПП цілей та ПРН.

Продемонструйте, яким чином заклад вищої освіти забезпечує доступ викладачів і здобувачів вищої освіти до відповідної інфраструктури та інформаційних ресурсів, потрібних для навчання, викладацької та/або наукової діяльності в межах освітньої програми, відповідно до законодавства

Освітнє середовище КНУТД дозволяє задовольнити потреби та інтереси викладачів і студентів. У КНУТД наявні мультимедійні лекційні аудиторії, комп'ютерні класи, функціонують центри культури та психологічної підтримки (<https://knutd.edu.ua/ekts/psycholog/>), працює тренажерний зал, навчальний центр «Студентське кафе». Звіти про життя Університету оприлюднюються на офіційному сайті в розділі Новини. Забезпечено цілодобовий безоплатний доступ студентів до МСОП, каталогу НТБ, інституційного репозитарію та інших ресурсів, що містять необхідний навчальний контент. Комп'ютерно-комунікаційна мережа підключена через Wi-Fi дозволяє надавати вільний доступ студентам та викладачам до мережі Internet. Студенти можуть постійно контролювати онлайн власний рейтинговий бал за допомогою електронної системи (<https://ed.knutd.edu.ua/>). Мають доступ до АСУОП (<https://osvita.knutd.edu.ua/>), доступ до навчально-методичних матеріалів в МСОП (<https://msnp.knutd.edu.ua/>), доступ до каталогу НТБ, інституційного репозитарію (<https://er.knutd.edu.ua/>), до навчальних курсів через онлайн-платформи (<https://knutd.edu.ua/ekts/nio/>), що містять необхідний навчальний контент. Для виявлення та врахування потреб і інтересів студентів у КНУТД функціонує електронна скринька довіри (<https://knutd.edu.ua/dovira/>), проводяться опитування, функціонує студентське самоврядування (<https://knutd.edu.ua/students/studself-gov/>), первинна профспілкова організація студентів (<https://knutd.edu.ua/students/studprofcom/>).

Опишіть, яким чином освітнє середовище надає можливість задовольнити потреби та інтереси здобувачів вищої освіти, які навчаються за освітньою програмою, та є безпечним для їх життя, фізичного та ментального здоров'я

У КНУТД безпечність освітнього середовища забезпечується: виконанням Колективного договору (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/Kolektyvnyi_dogovir_2024_2026.pdf), Правилами внутрішнього розпорядку в КНУТД (https://www.knutd.edu.ua/files/dostupdopi/Pravyla_vnutr_rozpor_KNUTD_2021.pdf), та вимогами інструкцій з охорони праці, техніки безпеки, санітарії, протипожежної безпеки (<https://knutd.edu.ua/university/dostup-do-pi/>). Перед початком кожного лабораторного курсу та практик студентам проводять вступні інструктажі з охорони праці та пожежної безпеки, затверджені в КНУТД (<https://knutd.edu.ua/university/vop/>). Усі учасники освітнього процесу ознайомлені з Алгоритмом дій під час отримання сигналу "ПОВІТРЯНА ТРИВОГА". Для супроводу учасників освітнього процесу в КНУТД діє центр психологічної підтримки (<https://knutd.edu.ua/files/ekts/psychol-pidtr/polozh-pro-cpp-knutd.pdf>), анонімний запис на індивідуальні консультації психолога (<https://knutd.edu.ua/ekts/psycholog/>), співробітники центру проводять заняття та тренінги (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/17338/>, <https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/16683/>, <https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/18184/>, <https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/18391/>, <https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/18513/>, <https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/18530/>).

Опишіть, яким чином заклад вищої освіти забезпечує освітню, організаційну, інформаційну, консультативну та соціальну підтримку, підтримку фізичного та ментального здоров'я здобувачів вищої освіти, які навчаються за освітньою програмою.

На основі Положення про організацію освітнього процесу в КНУТД (<https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh-org-osv-proc.pdf>) сформовано механізми освітньої та організаційної підтримки, зокрема: доступ до вищої освіти, академічна доброчесність (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/kodeks_akadem_dobrochesnosti_knutd_15.09.2021.pdf), технології проведення контрольних заходів, атестація студентів, облік успішності та контроль якості результатів навчання тощо. Важливу роль у підтримці студентів відіграє інформаційне середовище, яке передбачає функціонування МСОП (<https://msnp.knutd.edu.ua/>), АСУОП КНУТД (розклад) (<https://osvita.knutd.edu.ua/>), системи електронного журналу (<https://ed.knutd.edu.ua/>) для моніторингу успішності студентів, скриньки довіри (<https://knutd.edu.ua/dovira/>). Також інформаційна підтримка студентів здійснюється через офіційний сайт університету (<https://knutd.edu.ua/>) та сторінки у соціальних мережах (<https://www.facebook.com/knutd.ua>), що дає можливість забезпечити зворотний зв'язок. З питань побудови кар'єри, участі у круглих столах, робочих зустрічах, дискусійних платформах, пошуку вакансій та програм стажування студенти можуть отримати роз'яснення в Центрі праці та кар'єри (<https://knutd.edu.ua/students/job/>). Проводяться також щорічний галузевий ярмарок вакансій, екскурсії та зустрічі з потенційними роботодавцями з метою консультування випускників щодо можливого майбутнього працевлаштування (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/18410/>). Механізм соціальної підтримки студентів реалізується через призначення академічних та соціальних стипендій (Положення про порядок призначення і виплати стипендій, <https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh-poryadok-pryznach-vyplaty-stypendiy.pdf>), про психологічне та ментальне здоров'я учасників освітнього процесу dbae центр психологічної підтримки (<https://knutd.edu.ua/ekts/psycholog/>). Співпраця студентського самоврядування і профкому регулюється Положенням про студентське самоврядування у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/Polozhennya/polozh_stud-samovryad_2025.pdf), забезпечення всіх бажаючих студентів місцем у гуртожитку визначається Положенням про поселення та проживання в гуртожитках КНУТД (<https://cutt.ly/qwnUjSpS>). Соціальні потреби здобувачів вищої освіти забезпечуються створенням умов для занять спортом та творчістю. Питання побутового та виховного характеру вирішуються на рівні факультету. Ефективність реалізації вищезазначених механізмів доводиться позитивними результатами усного опитування студентів.

Яким чином ЗВО створює достатні умови для реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами? Наведіть посилання на конкретні приклади створення таких умов на ОП (якщо такі були)

Організація інклюзивного навчання в КНУТД здійснюється згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 10.08.2019 № 635 Про затвердження Порядку організації інклюзивного навчання осіб з особливими освітніми проблемами в закладах вищої освіти (<https://surl.li/tbseju>) та чинного законодавства. Відповідно до Статуту КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/statut_knutd_2023_05.pdf) створені необхідні умови для реалізації права на освіту особами з особливими потребами. Навчальні корпуси забезпечено засобами безперешкодного доступу осіб з особливими потребами відповідно до вимог державних будівельних норм (пандуси на вході до будівлі (корпуси 1 - 4), ліфти (корпуси 1-2, 4). Корпус 4, в якому забезпечується діяльність за ОПП, облаштовано місцями загального користування для студентів з особливими потребами. Для персоніфікованого освітнього простору потенційних здобувачів із особливими потребами може бути застосована дистанційна форма навчання. В КНУТД розроблено Порядок супроводу (надання допомоги) для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/poryadok_suprovodu.pdf). Студенти з особливими потребами, які не отримують академічних стипендій, не перебувають на державному утриманні мають право на соціальні стипендії (п.11.1 <https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh-poryadok-pryznach-vyplaty-stypendiy.pdf>). За час реалізації ОПП, що акредитується, студенти з особливими потребами не навчалися.

Продемонструйте наявність унормованих антикорупційних політик, процедур реагування на випадки цькування, дискримінації, сексуального домагання, інших конфліктних ситуацій, які є доступними для всіх учасників освітнього процесу та яких послідовно дотримуються під час реалізації освітньої програми

Відповідно до закону України Про запобігання корупції у КНУТД розроблена антикорупційна програма (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/anticor/antikor_pr_2023-2026.pdf), яка ґрунтується на принципах законності, прозорості, доступності, дотримання етичних норм, утвердження культури доброчесності. В КНУТД призначено уповноважену особу з питань запобігання та виявлення корупції (<https://knutd.edu.ua/university/zpk/>). Також у КНУТД є можливість анонімного повідомлення про факт корупції (<https://knutd.edu.ua/university/zpk/>), та створено скриньку довіри (<https://knutd.edu.ua/dovira/>). В КНУТД визначено політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій (включаючи пов'язаних із сексуальними домаганнями, дискримінацією та корупцією) відповідно до Статуту (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/statut_knutd_2023_05.pdf) та Положення про політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій у КНУТД (https://drive.google.com/file/d/1_K4KchViQdNsIHGCYamwB34VLLzsBEVO/view?usp=sharing). Загальними засадами політики запобігання конфліктним ситуаціям у КНУТД заборонені дискримінація, утиски, мова ненависті. Постійно діючим робочим органом з врегулювання конфліктних ситуацій є комісія, яка відповідає за поширення інформації про Політику та процедури врегулювання конфліктних ситуацій у КНУТД; проводить навчання трудового колективу та здобувачів щодо попередження конфліктних ситуацій, включаючи пов'язані із сексуальними домаганнями, дискримінацією та корупцією; надає інформаційну та консультативну підтримку керівництву структурних підрозділів щодо попередження конфліктних ситуацій; отримує і розглядає скарги у випадках виникнення конфліктних ситуацій. Для визначення конфліктів з порушення академічної доброчесності та їх врегулювання розроблено Кодекс академічної доброчесності КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/kodeks_akadem_dobrochesnosti_knutd_15.09.2021.pdf). Гендерна рівність є вирішальною в реалізації місії КНУТД та побудові справедливого та сталого майбутнього для соціальної, культурної та академічної сфер, а також для досягнення цілей сталого розвитку університету, що регулюється Програмою «Гендерної рівності» КНУТД на 2024–2028 рр. https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/program_ge_2024_2028.pdf За період реалізації ОПП випадків звернень щодо вирішення конфліктної ситуацій (включаючи цькування, дискримінації, сексуального домагання, інших) зафіксовано не було.

8. Внутрішнє забезпечення якості освітньої програми

Яким документом ЗВО регулюються процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОП? Наведіть посилання на цей документ, оприлюднений у відкритому доступі на своєму вебсайті

Процедури розроблення, затвердження, моніторингу та періодичного перегляду ОПП регулюються Положенням про організацію освітнього процесу у КНУТД (<https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh-org-osv-proc.pdf>); Положенням про освітні програми у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh_op_2025.pdf), Положенням про систему забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/Polozhennia-pro-syst-zabezp-yakosti-od-vo_2024.pdf). Програмою забезпечення якості підготовки фахівців у КНУТД (https://www.knutd.edu.ua/files/dostupdopi/program_quality_2024.pdf).

Яким чином та з якою періодичністю відбувається перегляд ОП? Які зміни були внесені до ОП за результатами останнього перегляду, чим вони були обґрунтовані?

ОПП переглядається щорічно відповідно до Положення про освітні програми у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh_op_2025.pdf). Змінено кількість кредитів та/або розподіл аудиторних годин освітніх компонентів відповідно до встановленого обсягу навчальних занять, в одному кредиті ЕКТС ОК не менше 8 годин для другого (магістерського) рівня вищої освіти за денною формою здобуття вищої освіти, (наказ КНУТД від 11.06.2024 № 182); відповідно до рішення Вченої Ради ФЕМ протокол від 19.05.2025 р. № 10 внесено зміни в частині ОК: зменшено кількість кредитів в ОК3 Бізнес аналітика, а в ОК7 Бренд-орієнтовне управління збільшено кількість кредитів; оновлено навчальний план ОПП; удосконалено структурно-логічну схему; змінено гаранта та склад робочої групи.

Продемонструйте, із посиланням на конкретні приклади, як здобувачі вищої освіти залучені до процесу періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості, а їх пропозиції беруться до уваги під час перегляду ОП

Всі здобувачі мають можливість надавати свої пропозиції щодо змісту проєкту ОПП в загальнодоступному розділі сайту КНУТД (Громадське обговорення проєктів освітніх програм) (<https://knutd.edu.ua/ekts/op-drafts/>) відповідно до Положенням про ОПП у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh_op_2025.pdf). Пропозиції здобувачів вищої освіти фіксуються під час проведення анкетування та усного опитування. Керуючись принципами академічної свободи, НПП під час викладання окремих ОК мають можливість коригувати форми, методи та технології формування компетентностей за результатами спілкування із здобувачами вищої освіти. Постійно триває зв'язок зі здобувачами вищої освіти, які поєднують навчання та роботу за фахом, щодо задоволеності програмними результатами ОПП з метою її вдосконалення. На підставі проведеної зустрічі зі студентами було внесено зміни щодо змісту окремих ОК, методів викладання та рівня інтеграції практичних навичок у освітній процес. Так Любов Кунева, гр. МгКМ-1-24 запропонувала в ОК3 Бізнес аналітика зробити акцент саме на моделюванні маркетингових бізнес-процесів та методах їх візуалізації. Також студенти наголосили на важливості більшої взаємодії з реальними компаніями, участі у практичних маркетингових проєктах та можливості роботи над кейсами ще під час навчання (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkat/news/18850/>).

Яким чином студентське самоврядування бере участь у процедурах внутрішнього забезпечення якості ОП?

Здобувачі вищої освіти є повноцінними партнерами у всіх процесах забезпечення якості ОПП. Студенти беруть участь в управлінні Університетом через представництво студентського парламенту на засіданнях Вченої ради ФЕУ під час обговорення проєктів ОПП, у засіданнях Вченої ради КНУТД. Також участь органів студентського самоврядування у процесі періодичного перегляду ОПП та інших процедур забезпечення її якості реалізують шляхом включення студентів до робочої групи з розробки та постійного перегляду ОПП. Відповідно до Положення про студентське самоврядування КНУТД (<https://cutt.ly/9wbMuxd2>) студенти мають право ініціювати розгляд питань щодо поліпшення матеріально-технічної бази, умов навчання та проживання у гуртожитку тощо. Адміністрація КНУТД під час прийняття рішень в обов'язковому порядку бере до уваги думку та побажання студентів. В КНУТД налагоджено процес опитування студентів через анкетування шляхом надсилання Google-форми на їх електронні адреси. Результати анкетування опрацьовуються, обговорюються на засіданнях кафедри маркетингу, факультету економіки та управління, Науково-методичної ради КНУТД.

Продемонструйте, із посиланням на конкретні приклади, як роботодавці безпосередньо або через свої об'єднання залучені до періодичного перегляду ОП та інших процедур забезпечення її якості

Роботодавці залучаються до періодичного перегляду ОПП та інших процедур забезпечення її якості відповідно до Положенням про освітні програми у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh_op_2025.pdf). На кафедрі проводяться обговорення ОПП з роботодавцями: Н.Озга, юристконсульт ТОВ Агрофірма «Козацька»; Н.Петрова, директор КНП «Центр комунікації»; В.Булах, керівник ГО «Простір корисної дії»; Є.Лопушинський, в. о. директора КП «КИЇВІНФОРМ»; В.Дубінкіна, в. о. заступника директора Департаменту суспільних комунікацій КМР (КМДА) Р.Пересунько, власник ТОВ «МЕДІА ХАБ» та іншими (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/18850/>). Так Т. Черпак, начальниця Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу КМР (КМДА), акцентувала увагу на актуальності, своєчасності та високій затребуваності фахівців, які володіють інструментарієм маркетингових комунікацій. Д.Рубан, в.о. директора Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу КМР (КМДА) звернув увагу на те, що для ефективної підготовки студентів необхідно посилити практичну складову навчання, розширити можливості проходження стажувань у провідних компаніях, а також упровадити кейс-методику викладання. Р.Пересунько, власник ТОВ «МЕДІА ХАБ», наголосив на важливості поєднання технічних та аналітичних навичок із розвиненими soft skills, зокрема критичним мисленням, комунікаційними здібностями, вмінням працювати в команді та приймати стратегічні рішення. Роботодавці також надають рецензії на ОПП (<https://knutd.edu.ua/ekts/monitoring/myop/2-master/d5-mgkm/>).

Опишіть практику збирання, аналізу та врахування інформації щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування випускників ОП (зазначте в разі проходження акредитації вперше)

За сприяння Центру праці та кар'єри КНУТД (<https://knutd.edu.ua/students/job/>) на ФЕУ проводиться системна робота із збирання та накопичення інформації щодо кар'єрного шляху та траєкторій працевлаштування випускників ОПП. Для ОПП застосовано практику КНУТД, яка передбачає: анкетування випускників ОПП (https://knutd.edu.ua/files/ekts/results_monitoring/2025-2mag/d5-mgkm/D5_mgkm_analit-zvit_2024_2025.pdf); формування резюме та реєстру випускників за спеціальністю 075 маркетинг (<https://knutd.edu.ua/students/job/vakancij/>); спілкування в рамках проведення галузевого ярмарку вакансій з роботодавцями (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/18410/>) та зустрічей для випускників (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/18729/>).

Продемонструйте, що система забезпечення якості закладу вищої освіти забезпечує вчасне реагування на результати моніторингу освітньої програми та/або освітньої діяльності з реалізації освітньої програми, зокрема здійсненого через опитування заінтересованих сторін

Згідно з Положенням про систему забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) в КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/Polozhennia-pro-syst-zabezp-yakosti-od-vo_2024.pdf) моніторинг якості ОПП здійснюється на регулярній основі відповідно до нормативних документів (<https://knutd.edu.ua/ekts/monitoring/>). У КНУТД функціонує механізм постійного відстеження та аналізу результатів опитувань здобувачів вищої освіти, випускників, роботодавців та інших стейкхолдерів. Зібрана інформація оперативно розглядається відповідними комісіями та структурними підрозділами, що дозволяє приймати своєчасні управлінські рішення та впроваджувати корективи до змісту та організації освітнього процесу. Проведене опитування стейкхолдерів, залучених до оцінювання якості підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти, (https://knutd.edu.ua/files/ekts/results_monitoring/2025-2mag/d5-mgkm/D5_mgkm_analit-zvit_2024_2025.pdf) дало змогу з'ясувати що, 100% стейкхолдерів вважають, що випускники володіють достатнім рівнем професійних компетентностей для початку роботи. Знання випускників оцінили як такі, що повністю відповідають вимогам роботодавця (100%). Таким чином, стейкхолдери вважають рівень знань випускників задовільним і відзначають наявність основних професійних якостей. Водночас окремі оцінки свідчать про доцільність посилення практико-орієнтованої компоненти ОПП, розвитку soft skills і залучення студентів до реальних бізнес-задач. Варто також надалі збільшувати вибірку зовнішніх експертів для репрезентативнішої оцінки.

Продемонструйте, що результати зовнішнього забезпечення якості вищої освіти беруться до уваги під час удосконалення ОП. Яким чином зауваження та рекомендації з останньої акредитації та

акредитації інших ОП були ураховані під час удосконалення цієї ОП?

Під час удосконалення ОПП взято до уваги пропозиції експертів з акредитації інших ОПП КНУТД, а саме: розширено каталоги дисциплін ДВВС та удосконалено процедуру визнання результатів неформального навчання. За результатами акредитаційної експертизи ОПП «Маркетинг» було посилено міжнародну та публікаційну активність здобувачів вищої освіти та НПП, що підтверджується підвищенням рівня публікацій в журналах Scopus, Web of Science та інших фахових виданнях як в Україні так і за кордоном. Підвищення міжнародної активності підтверджується відповідними Наказами та сертифікатами: Євсейцева О.С. (Університет Прикладних Наук RISEBA Латвійська Республіка, м. Рига) з 24.05.2025 по 02.06.2025 у межах проєкту «ERASMUS+» KA171 (наказ від 15.05.2025 №137). Євсейцева О.С., Бебко С.В., Квіта Г.М., Шіковець К.О. Університет Фоджа, Італійська Республіка, м. Фоджа) з 28.02.2024 р. по 30.09.2024 р. в рамках виконання умов міжнародного грантового проєкту Європейського Союзу «Erasmus+» за номером 101083856 (Грантова Угода № 101083856 - VENUB4YOU-ERASMUS-EDU-2021-VIRT-EXCH-NDICI) (Наказ від 14.03.2024 №57-уч). Дистанційно пройшли підвищення кваліфікації Євсейцева О.С., Бебко С.В., Орел А.М., Шіковець К.О., Шевчук П.Д. Європейський інститут подальшої освіти, Словачка Республіка.

Опишіть, яким чином учасники академічної спільноти залучені до процедур внутрішнього забезпечення якості ОП

Залучення до процедур внутрішнього забезпечення якості ОПП академічної спільноти передбачено Положенням про освітні програми в КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh_op_2025.pdf). Критерії, за якими відбувається моніторинг та удосконалення ОПП, формуються як результат спільного їх обговорення різними представниками академічної спільноти (<https://knutd.edu.ua/pod-ta-publkats/news/18850/>). Гарант ОПП та учасники робочої групи з питань удосконалення змісту ОПП та забезпечення її якості співпрацюють з І. Лирик, президентом ГО «Українська Асоціація Маркетингу»; А. Федорченко д. е. н., професором, завідувачем кафедри маркетингу КНЕУ ім.Вадима Гетьмана; Є. Роматом, головою Спільноти рекламістів України, Ж. Жигалкевич, д. е. н., професором кафедри менеджменту підприємств НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського»; Ю. Гаврилечко, к. н. з держ.упр., доц. кафедри національної безпеки, менеджменту та публічного адміністрування ЧПБіП. В КНУТД розроблено і діє система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти, також створено інформаційну інфраструктуру, що дозволяє своєчасно вдосконалювати ОПП.

Продемонструйте, що в академічній спільноті закладу вищої освіти формується культура якості освіти

Розподіл відповідальності щодо здійснення процесів і процедур внутрішнього забезпечення якості освіти між різними структурними підрозділами КНУТД визначає Положення про систему забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) у КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/Polozhennia-pro-syst-zabezp-yakosti-od-vo_2024.pdf). Університетський рівень контролю за якістю вищої освіти реалізується ректором КНУТД, проректорами, Вченою радою, Науково-методичною радою та Науково-технічною радою. Факультетський рівень контролю реалізується деканатом факультету та його заступниками, Вченою радою факультету та Науково-методичною радою факультету. Кафедральний рівень контролю реалізується завідувачем кафедри. Контроль НПП за якістю освітньої діяльності та якістю вищої освіти здійснюється відповідно до посадових інструкцій НПП. Студентська громада також відіграє важливу роль у всіх процесах, пов'язаних з функціонуванням системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти в Університеті. Студентський та аспірантський рівень контролю реалізується студентським самоврядуванням, студентами, аспірантами, науковим товариством студентів, аспірантів та молодих вчених завдяки можливості здійснення низки моніторингових та контрольних заходів.

9. Прозорість і публічність

Якими документами ЗВО регулюються права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу? Яким чином забезпечується їх доступність для учасників освітнього процесу?

Усі документи, якими регулюються права та обов'язки усіх учасників освітнього процесу, розташовані у відкритому доступі на сайті КНУТД: Правила внутрішнього розпорядку КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/Pravyla_vnutr_rozpor_KNUTD_2021.pdf), Кодекс академічної доброчесності КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/kodeks_akadem_dobrochesnosti_knutd_15.09.2021.pdf), Положення про організацію освітнього процесу в КНУТД (<https://knutd.edu.ua/files/ekts/documents/polozh-org-osv-proc.pdf>), Положення про запобігання та виявлення академічного плагіату в наукових роботах в КНУТД (https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/Polozhennia_antiplagiat_2025.pdf) Антикорупційна програма (<https://knutd.edu.ua/university/zpk/>).

Наведіть посилання на вебсторінку, яка містить інформацію про оприлюднення ЗВО відповідного проєкту освітньої програми для отримання зауважень та пропозицій заінтересованих сторін (стейкхолдерів).

<https://knutd.edu.ua/ekts/op-drafts/>

Наведіть посилання на оприлюднену у відкритому доступі на своєму вебсайті інформацію про освітню програму (освітню програму у повному обсязі, навчальні плани, робочі програми навчальних дисциплін, можливості формування індивідуальної освітньої траєкторії здобувачів вищої освіти) в обсязі, достатньому для інформування відповідних заінтересованих сторін та суспільства

(<https://knutd.edu.ua/ekts/2025/op-fubd/>)

(<https://drive.google.com/file/d/1ogc1xlNdPWhtNhZxOpSEQPi1Nc4gFF/view>)

(https://knutd.edu.ua/admissions_main/obraty-profesiju/567/13756/)

11. Перспективи подальшого розвитку ОП

Якими загалом є сильні та слабкі сторони ОП?

Університет посідає почесне 6 місце в рейтингу Scimago Institutions 2025 р. в сфері промислового та виробничого інжинірингу, 37 позицію в консолідованому рейтингу ЗВО України 2025 року, 12 позицію серед ЗВО столиці https://osvita.ua/vnz/rating/51741/#google_vignette. Ці здобутки підтверджують якість ОПП, за якими здійснюється підготовка фахівців у КНУТД. Потужний академічний потенціал НПП забезпечує якісну професійну підготовку майбутніх фахівців.

Сильні сторони:

- Зміст ОПП розроблений із дотриманням принципів академічної свободи, що забезпечує здобувачам можливість формування індивідуальної освітньої траєкторії відповідно до їхніх професійних інтересів та кар'єрних планів.
- Передбачено активне залучення здобувачів вищої освіти до розроблення та удосконалення ОПП, зокрема через систематичне анкетування та інші форми зворотного зв'язку для оцінки якості освітнього процесу.
- Наявна сучасна матеріально-технічна база (комп'ютерні класи, програмне забезпечення, доступ до баз даних, модульне середовище освітнього процесу), що створює належні умови для ефективної освітньої діяльності.
- Забезпечено постійний та тісний зв'язок зі стейкхолдерами, які беруть участь у формуванні та коригуванні змісту освітніх компонентів, а також у рецензуванні ОПП.
- Здобувачі вищої освіти та викладачі мають широкий доступ до інноваційних розробок завдяки участі у науково-практичних конференціях, професійних тренінгах та міжнародних освітніх ініціативах.
- При розробленні програми враховано галузевий та регіональний контекст підготовки фахівців, що підсилює її практичну орієнтованість.
- Ведеться активна робота з розширення наукових і практичних зв'язків із науковими установами та підприємствами в сфері маркетингу, що створює додаткові можливості для практичної підготовки здобувачів вищої освіти.
- Навчання за ОПП сприяє формуванню у здобувачів вищої освіти soft skills (командна робота, професійна етика, креативність, критичне мислення), які є необхідними для їхньої майбутньої професійної та соціальної реалізації.

Слабкі сторони ОПП:

- Обмежена академічна мобільність у зв'язку з умовами воєнного стану, що ускладнює набуття передового міжнародного досвіду та інтеграцію в європейський освітній простір.
- Потребує розвитку дуальна форма здобуття вищої освіти як ефективний механізм інтеграції теоретичної підготовки з практичним досвідом роботи у реальному бізнес-середовищі.

Якими є перспективи розвитку ОП упродовж найближчих 3 років? Які конкретні заходи ЗВО планує здійснити задля реалізації цих перспектив?

Стратегічні перспективи розвитку ОПП повністю відповідають заходам КНУТД відповідно до Програми забезпечення якості підготовки фахівців у КНУТД на 2024-2028 рр.

(https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/program_quality_2024.pdf) Програми «Наука» на 2024-2028 рр.

(https://knutd.edu.ua/files/dostupdopi/program_science_2024.pdf).

Основними завданнями розвитку ОПП є:

- постійна актуалізація змісту ОПП відповідно до вимог МОН України, стандартів і тенденцій розвитку ринку праці;
- підвищення рівня кадрового забезпечення за рахунок професійного розвитку науково-педагогічних працівників, проходження ними стажувань у провідних українських та закордонних установах;
- удосконалення інформаційно-технічного забезпечення освітнього процесу, зокрема впровадження сучасних цифрових освітніх технологій;
- дотримання високих стандартів академічної доброчесності, професійної етики та культури учасників освітнього процесу;
- розвиток культурно-освітнього та національно-патріотичного виховання молоді;
- впровадження ефективних механізмів управління ризиками в освітній діяльності;
- розширення практики інтеграції наукових досліджень в освітній процес та використання їх результатів для вдосконалення ОПП;
- активізація міжнародного співробітництва й інтеграції у світовий науково-освітній простір;
- стимулювання інноваційної діяльності у сфері маркетингових комунікацій;
- забезпечення належного рівня фінансової підтримки наукової та освітньої діяльності.

Відповідно до визначених стратегічних цілей, перспективи розвитку ОПП на найближчі три роки передбачають реалізацію таких конкретних заходів:

- встановлення партнерських зв'язків із закордонними закладами вищої освіти та науковими установами шляхом реалізації спільних науково-дослідних і освітніх проєктів;

- розроблення та видання сучасних інтерактивних авторських підручників і навчальних посібників зі спеціальності з урахуванням інноваційних педагогічних технологій;
- підвищення рівня академічної мобільності здобувачів вищої освіти шляхом участі у міжнародних програмах обміну, стажуваннях та освітніх проєктах;
- посилення профорієнтаційної діяльності та популяризації ОПП;
- підтримання актуальної інформації щодо випускників ОПП, що дозволить систематизувати інформацію про їх професійний розвиток, підтримувати комунікацію та залучати їх до удосконалення освітнього процесу;
- подальше розширення застосування сучасних програмних продуктів і цифрових сервісів у процесі виконання кваліфікаційних робіт, що сприятиме формуванню у здобувачів практико-орієнтованих компетентностей.

Запевнення

Запевняємо, що уся інформація, наведена у відомостях та доданих до них матеріалах, є достовірною.

Гарантуємо, що ЗВО за запитом експертної групи надасть будь-які документи та додаткову інформацію, яка стосується освітньої програми та/або освітньої діяльності за цією освітньою програмою.

Надаємо згоду на опрацювання та оприлюднення цих відомостей про самооцінювання та усіх доданих до них матеріалів у повному обсязі у відкритому доступі.

Додатки:

Таблиця 1. Інформація про обов'язкові освітні компоненти ОП

Таблиця 2. Зведена інформація про викладачів ОП

Таблиця 3. Матриця відповідності програмних результатів навчання, освітніх компонентів, методів навчання та оцінювання

Шляхом підписання цього документа запевняю, що я належним чином уповноважений на здійснення такої дії від імені закладу вищої освіти та за потреби надам документ, який посвідчує ці повноваження.

Документ підписаний кваліфікованим електронним підписом/кваліфікованою електронною печаткою.

Інформація про КЕП

ПІБ: Ольшанська Олександра Володимирівна

Дата: 03.10.2025 р.

Таблиця 1. Інформація про освітні компоненти ОП

Назва освітнього компонента	Вид освітнього компонента	Силабус або інші навчально-методичні матеріали		Якщо освітній компонент потребує спеціального матеріально-технічного та/або інформаційного забезпечення, наведіть відомості щодо нього*
		Назва файла	Хеш файла	
Методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності	навчальна дисципліна	OK1_2025.pdf	GazepDbUNs8i4ZwTrsXlnLQwiqQ2TRRmDIGUyYWmNvE=	Презентаційне обладнання, МСОП - освітня інформаційна система на базі Moodle : https://moodle.org/ з безкоштовною ліцензією - https://docs.moodle.org/dev/License Використовується: матеріально-технічна база КНУТД через стаціонарні комп'ютери в навчальних комп'ютерних класах, підключених до локальної мережі (у всіх навчальних корпусах університету); матеріально-технічна база кафедри (мультимедійне обладнання: проектор Projector Acer X1226 AH DLP EMEA, 2 шт, проекційний екран ELITE SKRRNS 203 та ELITE SKRRNS177; ноутбук SAMSUNG).
Ділова іноземна мова	навчальна дисципліна	OK2_2025.pdf	RLMg1hoEMu5awF86oRivXvcIk5ww7MWiYtctZhkFrXY=	МСОП - освітня інформаційна система на базі Moodle : https://moodle.org/ з безкоштовною ліцензією - https://docs.moodle.org/dev/Licens e
Бізнес-аналітика	навчальна дисципліна	OK3_2025.pdf	ro7e3ToE4K+2042PB/1p7eTnz84S+pKGauboPg/55pU=	Презентаційне обладнання, МСОП - освітня інформаційна система на базі Moodle : https://moodle.org/ з безкоштовною ліцензією - https://docs.moodle.org/dev/Licens e Використовується: матеріально-технічна база КНУТД через стаціонарні комп'ютери в навчальних комп'ютерних класах, підключених до локальної мережі (у всіх навчальних корпусах університету); мультимедійне обладнання: проектор Projector Acer X1226 AH DLP EMEA та проекційний екран ELITE SKRRNS 203 ноутбук SAMSUNG).
Стратегічний маркетинг	навчальна дисципліна	OK4_2025.pdf	BdPrp58xElV6iO3T9QZs9Md1YzfcA7EppYQAi2d5JM=	Презентаційне обладнання, МСОП - освітня інформаційна система на базі Moodle : https://moodle.org/ з безкоштовною ліцензією - https://docs.moodle.org/dev/Licens e Використовується: матеріально-технічна база КНУТД через стаціонарні комп'ютери в навчальних комп'ютерних класах, підключених до локальної мережі (у всіх навчальних корпусах університету)
Маркетинговий та рекламний менеджмент	навчальна дисципліна	OK5_2025.pdf	8oPoSIAELJ31ij16laMf6bNuaKOl mVzwBtNpM3TzFY=	Презентаційне обладнання, МСОП - освітня інформаційна система на базі Moodle : https://moodle.org/ з безкоштовною ліцензією - https://docs.moodle.org/dev/Licens e Використовується: матеріально-технічна база КНУТД через стаціонарні комп'ютери в навчальних комп'ютерних класах, підключених до локальної мережі (у всіх навчальних корпусах університету); мультимедійне обладнання: проектор Projector Acer X1226 AH DLP EMEA та проекційний екран ELITE SKRRNS 177 ноутбук SAMSUNG).
Цифрові комунікації	навчальна дисципліна	OK6_2025.pdf	7fJRh2VxHzEztoOpdioZEK5OnL CImSt+SIOU2BfaRU=	Презентаційне обладнання, МСОП - освітня інформаційна система на базі Moodle : https://moodle.org/ з безкоштовною ліцензією - https://docs.moodle.org/dev/License Використовується: матеріально-технічна база КНУТД через стаціонарні комп'ютери в навчальних комп'ютерних класах, підключених до локальної мережі (у всіх навчальних корпусах університету); матеріально-технічна база кафедри (мультимедійне обладнання: проектор Projector Acer X1226 AH DLP EMEA, 2 шт, проекційний екран ELITE SKRRNS 203 та ELITE SKRRNS177; ноутбук SAMSUNG).
Бренд-орієнтовне управління	навчальна дисципліна	OK7_2025.pdf	y9faSsv19PJPg9usFF3U4ysBtFO5WoCiZHeo2rJyBUo=	Презентаційне обладнання, МСОП - освітня інформаційна система на базі Moodle : https://moodle.org/ з безкоштовною ліцензією - https://docs.moodle.org/dev/License Використовується: матеріально-технічна база КНУТД через стаціонарні комп'ютери в навчальних комп'ютерних класах, підключених до локальної мережі (у всіх навчальних корпусах університету); матеріально-технічна база кафедри (мультимедійне обладнання: проектор Projector Acer X1226 AH DLP EMEA та проекційний екран ELITE SKRRNS177; ноутбук SAMSUNG).
Маркетинг соціальних мереж	навчальна дисципліна	OK8_2025.pdf	YhlL9WuXicmUWpGlRfXLIkNcdPlXytj6uECbJcW4j8g=	Презентаційне обладнання, МСОП - освітня інформаційна система на базі Moodle : https://moodle.org/ з безкоштовною ліцензією - https://docs.moodle.org/dev/License Використовується: матеріально-технічна база КНУТД через стаціонарні комп'ютери в навчальних комп'ютерних класах, підключених до локальної мережі (у всіх навчальних корпусах університету); матеріально-технічна база кафедри (мультимедійне обладнання: проектор Projector Acer X1226 AH DLP EMEA та , проекційний екран ELITE SKRRNS 203; ноутбук SAMSUNG).
Виробнича практика	практика	OK9_2025.pdf	AO+StfMOKsfX3wD+AEj4UKxpgJ5ExTdvoAH7fXc+sU=	Презентаційне обладнання, МСОП - освітня інформаційна система на базі Moodle : https://moodle.org/ з безкоштовною ліцензією - https://docs.moodle.org/dev/License
Переддипломна практика	практика	OK10_2025.pdf	IkjZf9L7dCncuztEkwq602AZw1NknZ7pXszl9M=	Презентаційне обладнання, МСОП - освітня інформаційна система на базі Moodle : https://moodle.org/ з безкоштовною ліцензією - https://docs.moodle.org/dev/License
Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	підсумкова атестація	OK11_2025.pdf	bIAPamDsnbOjVPLPozywtZMhYnDvVG2W8U1/gY86N8k=	Презентаційне обладнання, МСОП - освітня інформаційна система на базі Moodle : https://moodle.org/ з безкоштовною ліцензією - https://docs.moodle.org/dev/License

* наводяться відомості, як мінімум, щодо наявності відповідного матеріально-технічного забезпечення, його достатності для реалізації ОП; для обладнання/устаткування – також кількість, рік введення в експлуатацію, рік останнього ремонту; для програмного забезпечення – також кількість ліцензій та версія програмного забезпечення

Таблиця 2. Зведена інформація про відповідність НПП освітнім компонентам

ІД викладача	ППБ	Посада	Структурний підрозділ	Кваліфікація викладача	Стаж	Навчальні дисципліни, що їх	Обґрунтування відповідності освітньому компоненту
--------------	-----	--------	-----------------------	------------------------	------	-----------------------------	---

						викладає викладач на ОП	(кваліфікація, професійний досвід, наукові публікації)
79894	Гудкова Наталія Миколаївна	Доцент, Основне місце роботи	Навчально-науковий інститут права та сучасних технологій	Диплом спеціаліста, Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна, рік закінчення: 2003, спеціальність: 030502 Мова та література (англійська), Диплом кандидата наук ДК 011234, виданий 25.01.2013, Аттестат доцента А/Д 000088, виданий 22.02.2017	25	Ділова іноземна мова	Наукова та професійна активність, фаховість відповідно дисципліні підтверджена п. 38 ЛУ: пп. 1, 2, 3, 4, 8, 12, 14, 19 пп.1 п.38 ЛУ: 1. Гудкова Н. М., Ісакова Є. П., Дворянчикова С. Є. Стилiстично маркованi мовнi одиницi в англomовному i українськомовному дiловому листуваннi та труднощi їх перекладу. Науковi записки Нацiонального унiверситету «Острозька академiя». Серiя «Фiлологiчна»: збiрник наукових праць, 2025. (Фахове видання категорiї Б). У друцi. 2. Гудкова Н. М. Мовний дискурс соцiальних мереж як виклик для традицiйної лiнгвiстики та перекладознавства. Iнновацiйнi тенденцiї пiдготовки фахiвцiв в умовах полiкультурного та мультилiнгвального глобалiзованого свiту : матерiали всеукр. наук.-практ. конф., м. Киiв, 11 квiт. 2025 р. Киiв, 2025. С. 242-245. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/30559 3. Гудкова Н. М. Iнтерпретацiя невербальних елементiв у дiловому спiлкуваннi та їх вiдтворення в письмовому перекладi. Тенденцiї розвитку фiлологiчної освiти в контекстi iнтеграцiї у європейський простiр : матерiали XI Мiжнар. науково-практ. iнтернет-конф. 24-25 квiт. 2025 р., м. Миколаiв, 25 квiт. 2025 р. Миколаiв, 2025. С. 140–146. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/29379 4. Гудкова Н. М. Лакунарнiсть та значення словникових навичок у викладаннi iноземних мов та перекладознавства. Лiнгвiстичнi та методологiчнi аспекти викладання iноземних мов професiйного спрямування : Матерiали VI Мiжнар. науково-практ. конф. 27–28 берез. 2025 р., м. Киiв, 28 берез. 2025 р. Киiв: НАУ, 2025. С. 36–37. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/29378 5. Гудкова Н. М. Транскреацiя як переклад iз маркетинговим акцентом. Дiалог культур у Європейському освiтньому просторi : матерiали мiжнар. науково-практ. конф., м. Киiв, 09 трав. 2025 р. С. 388-391. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/30423 6. Гудкова Н. М. Використання кейс-методу для формування комунiкативних навичок здобувачiв у курсi «Дiлова iноземна мова». Новiтнi тенденцiї сучасної лiнгвiстики та методики навчання iноземних мов: матерiали I Мiжнародної науково-практичної конференцiї, м. Рiвне, 30 травня 2025 р. 7. Gudkova N., Dvorianchykova S., Isakova Ye., Yuhan N. Synaesthesia as an implementation of sensory impact strategy in English-language advertising: psycholinguistic aspect. Conhecimento & Diversidade. 2024. Vol. 16, no. 44. P. 638–662. https://doi.org/10.18316/rcd.v16i44.12364 (Web of Science). https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/28610 8. Гудкова Н. М., Дворянчикова С. Є. Застосування перекладацьких трансформацiй в туристичному дискурсі (на матерiалi рекламних текстiв готелiв України). Науковi записки Нацiонального унiверситету «Острозька академiя». Серiя «Фiлологiчна»: збiрник наукових праць. 2024. Вип. 23 (91). С. 18-21. (Фахове видання категорiї Б). https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/28609 9. Дворянчикова С. Є., Гудкова Н. М. Звертання в дiловому дискурсі сучасних української та англiйської лiтературних мов: типовi мовленнєвi помилки студентiв-перекладачiв. Вiсник науки та освiти (Серiя «Фiлологiя», Серiя «Педагогiка», Серiя «Соцiологiя», Серiя «Культура i мистецтво», Серiя «Iсторiя та археологiя»): журнал. 2024. № 10(28). С. 266-276. (Фахове видання категорiї Б). https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/28155 10. Гудкова Н. Лiнгвiстичний ландшафт як дидактичний ресурс у процесi формування перекладацької компетентностi. Дiалог культур у Європейському освiтньому просторi : матерiали мiжнар. науково-практ. конф., м. Киiв, 10 трав. 2024 р. С. 370-373. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/27745 11. Гудкова Н. Лiнгвокультурний простiр англiйських неологiзмiв: особливостi перекладу. Проблеми

[illegible]

							Proceedings of the IV International Scientific and Theoretical Conference, June 30, 2023. Helsinki, Finland: European Scientific Platform. P. 103-106. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/24013 22. Zimina L., Gudkova N. The problem of translation and interpretation of the pharmaceutical terms. Інноватика в освіті, науці та бізнесі: матеріали IV Всеукраїнської конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених, м. Київ, 17 листопада 2023 р. К. : КНУТД. 2023. С. 121-127. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/26558 23. Гудкова Н. Основні прийоми при перекладі англійських метафор у політичному дискурсі. Інноваційні тенденції підготовки фахівців в умовах полікультурного та мультілінгвального глобалізованого світу: тези доповідей VII Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Київ, 5 квітня 2022 р. К. : КНУТД. 2022. С. 179-183. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/20162 24. Гудкова Н. М. Іноземна мова і толерантність як засоби взаєморозуміння між культурами. Діалог культур у Європейському освітньому просторі: матеріали VII Міжнародної конференції, м. Київ, 10 травня 2022 р. К. : КНУТД, 2022 С. 13-15. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/20249 25. Гудкова Н. М. Цифрова грамотність у контексті електронного навчання здобувачів вищої освіти. Information technologies and management in higher education and sciences: International scientific conference proceedings, Fergana, the Republic of Uzbekistan, November 11, 2022. Riga, Latvia : «Baltija Publishing», 2022. P. 263-266. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/23358 26. Гудкова Н. Специфіка навчання англійської мови фахового спрямування. Лінгвістичні та методологічні аспекти викладання іноземних мов професійного спрямування: матеріали III міжнародної науково-практичної конференції: 31 березня 2021 р. . К.: НАУ, 2021. С. 19-20. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/17352 27. Гудкова Н. Особливості реалізації цифрового досвіду в освітньому процесі. Інноваційні тенденції підготовки фахівців в умовах полікультурного та мультілінгвального глобалізованого світу: тези доповідей VI Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Київ, 6 квітня 2021 р. К. : КНУТД, 2021. С. 21-23. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/18218 28. Гудкова Н. М. Принципи адаптації автентичних текстів для студентів-іноземців. Діалог культур у Європейському освітньому просторі: матеріали VI Міжнародної конференції, м. Київ, 11 травня 2021 р. К. : КНУТД, 2021. С. 148-152. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/18513 29. Гудкова Н. М. Особливості перекладу англійської фінансової термінології крізь призму метафоризації. Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. Філологічні науки. № 7 (345), 2021. С. 145-152. (Фахове видання категорії Б). https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/18940 пп.3 п.38 ЛУ: Gudkova Natalia. Business English: the educational textbook. Kyiv : KNUITD, 2024. 104 p. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/29083 пп.4 п.38 ЛУ: 1. Гудкова Н. М. Робоча програма навчальної дисципліни «Ділова іноземна мова» другого (магістерського) рівня вищої освіти для спеціальності D5 Маркетинг ОПП Комунікаційний маркетинг. К. : КНУТД, 2025. 10 с. https://msnp.knutd.edu.ua/mod/ folder/view.php?id=280826 2. Гудкова Н. М. Силабус навчальної дисципліни «Ділова іноземна мова» другого (магістерського) рівня вищої освіти для спеціальності D5 Маркетинг ОПП Комунікаційний маркетинг. К. : КНУТД, 2025. 5 с. https://msnp.knutd.edu.ua/mod/ folder/view.php?id=304144 3. Гудкова Н. М. Ділова іноземна мова : методичні вказівки до практичних занять для здобувачів другого (магістерського) рівня
--	--	--	--	--	--	--	--

[illegible]

							література в мультикультурному дискурсі: тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції, м. Полтава, 5 квітня 2024 р. С. 63-65. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/26895 6. Гудкова Н. Культурологічна компетентність викладача як умова ефективності навчання перекладу. Інноваційні тенденції підготовки фахівців в умовах полікультурного та мультилінгвального глобалізованого світу: тези доповідей IX Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Київ, 5 квітня 2024 р. К. : КНУТД, 2024. С. 409-411. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/28001 7. Behdai A., Gudkova N. Challenges in translating medical terminology: a comprehensive analysis of English-Ukrainian pharmaceutical texts. Grail of Science. 2024. No. 37. P. 278–282. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/26094 8. Gudkova N. Inclusive competence as a philosophy of modern education. Інноваційні тенденції підготовки фахівців в умовах полікультурного та мультилінгвального глобалізованого світу: тези доповідей VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Київ, 5 квітня 2022 р. К. : КНУТДБ 2023. С. 6-8. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/23380 9. Dushko D., Gudkova N. Revolutionizing translation activities with IT platforms and programs. Science of XXI century: development, main theories and achievements: collection of scientific papers with Proceedings of the IV International Scientific and Theoretical Conference, June 30, 2023. Helsinki, Finland: European Scientific Platform. P. 103-106. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/24013 10. Zimina L., Gudkova N. The problem of translation and interpretation of the pharmaceutical terms. Інноватика в освіті, науці та бізнесі: матеріали IV Всеукраїнської конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених, м. Київ, 17 листопада 2023 р. К. : КНУТД, 2023. С. 121-127. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/26558 11. Гудкова Н. М. Іноземна мова і толерантність як засоби взаєморозуміння між культурами. Діалог культур у Європейському освітньому просторі: матеріали VII Міжнародної конференції, м. Київ, 10 травня 2022 р. К. : КНУТД, 2022 С. 13-15. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/20249 12. Гудкова Н. М. Цифрова грамотність у контексті електронного навчання здобувачів вищої освіти. Information technologies and management in higher education and sciences: International scientific conference proceedings, Fergana, the Republic of Uzbekistan, November 11, 2022. Riga, Latvia : «Baltija Publishing», 2022. P. 263-266. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/23358 13. Гудкова Н. Специфіка навчання англійської мови фахового спрямування. Лінгвістичні та методологічні аспекти викладання іноземних мов професійного спрямування: матеріали III міжнародної науково-практичної конференції: 31 березня 2021 р. . К.: НАУ, 2021. С. 19-20. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/17352 пп.14 п.38 ЛУ: 1. Гудкова Н. М. Керівника студентським постійно діючим науковим гуртком «Мистецтво перекладу», 2025-2026 (Наказ № 321 від 26.08.2025). 2. Гудкова Н. М. Керівника студентським постійно діючим науковим гуртком «Економіка та бізнес», 2015-2025. 3. Гудкова Н. М. Керівника студентки Лукашенко Олени Валентинівни (гр. БШ-20), яка посіла II місце на Міжнародній студентській онлайн-олімпіаді з іноземних мов, присвяченій 30-річчю Незалежності Республіки Казахстан, 25.02.2021. пп.19 п.38 ЛУ: 1. Гудкова Н. М. Членкиня Всеукраїнської громадської організації «Українська асоціація когнітивної лінгвістики і поезики» (УАК/ІП), 2019-2024. 2. Гудкова Н. М. Членкиня громадської організації «Асоціація
--	--	--	--	--	--	--	---

							викладачів англійської мови «ТІСОЛ-Україна» (TESOL-Ukraine), міжнародної філії TESOL, Inc., 2022-2024.
485254	Орел Анна Миколаївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет управління та бізнес-дизайну	Диплом молодшого спеціаліста, Миколаївський технікум залізничного транспорту імені академіка В.М. Образцова, рік закінчення: 2007, спеціальність: 100405 Організація перевезень і управління на залізничному транспорті, Диплом бакалавра, Чорноморський державний університет імені Петра Могили, рік закінчення: 2011, спеціальність: 0501 Економіка і підприємництво, Диплом магістра, Чорноморський державний університет імені Петра Могили, рік закінчення: 2013, спеціальність: 050104 Фінанси і кредит, Диплом магістра, Приватний вищий навчальний заклад "Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика", рік закінчення: 2020, спеціальність: 081 Право, Диплом доктора наук ДД 010343, виданий 26.11.2020, Диплом кандидата наук ДК 026720, виданий 26.02.2015, Атестат доцента АД 004434, виданий 26.02.2020	17	Цифрові комунікації	Наукова та професійна активність, фаховість відповідно дисципліні підтверджена п. 38 ЛУ: пп. 1, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 19, 20 пп. 1 п.38 ЛУ: 1.Орел А.М., Невмержицький В.М. Архітектоніка механізму управління конкурентним потенціалом в забезпеченні інноваційно-інвестиційного розвитку суб'єктів агробізнесу. Український журнал прикладної економіки. 2020. №1. С.204 – 211. http://ujae.org.ua/arhitektonika-mehanizmu-upravlinnya-konkurentnym-potentsialom-v-zabezpecheni-innovatsijno-investytsijnogo-rozvytku-sub-yektiv-agrobiznesu/ 2.Орел А.М., Краснорудський О.О., Данько Ю.І. Детермінанти впливу зовнішнього середовища на конкурентний потенціал аграрних підприємств та їх оцінка. Український журнал прикладної економіки. 2020. №3. С.58 – 73. http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2021/07/ujae_2020_103.pdf 3.Орел А.М., Вітковський Ю.П. Сільськогосподарське машинобудування як чинник створення конкурентних переваг в агробізнесі. Актуальні проблеми інноваційної економіки. Всеукраїнський науковий журнал. 2020. № 3. С. 5-10. https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/1054 4.Орел А.М., Козак К.Б. Інтеграція управління конкурентною та інноваційно-інвестиційною поведінкою аграрних підприємств у парадигму сталого розвитку. Проблеми економіки. 2020. №4. С.171 – 176. https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2020-4_0-pages-171_176.pdf 5.Орел А.М. Вплив державної підтримки на формування конкурентних переваг суб'єктів агробізнесу. Бізнес Інформ. Науковий журнал. 2020. № 7. С. 147-153. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-7-147-153 https://www.business-inform.net/annotated-catalogue/?year=2020&abstract=2020_07_0 6. Орел А. М. Факторні умови формування конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств. Slovak international scientific journal. 2020. № 42. С. 52-56 (Стаття в закордон. виданні). http://sis-journal.com/wp-content/uploads/2020/07/Slovak-international-scientific-journal-%E2%84%9642-2020-VOL.2.pdf 7.Орел А. М. Інструменти та засоби реагування суб'єктів агробізнесу на інституційні зміни. Znanstvena misel journal. 2020. №43. С. 26-31. http://zm-journal.org/wp-content/uploads/2020/10/Znanstvena-misel-journal-%E2%84%9643-2020-VOL.1.pdf https://www.znanstvena-journal.com/wp-content/uploads/2020/07/Znanstvena-misel-journal-%E2%84%9643-2020-VOL.1.pdf (Стаття в закордон. виданні) 8.Орел А.М., Лю ХАОЛІНЬ, Корнісцька М.О. Оцінка рівня функціональної складової конкурентного потенціалу суб'єктів агробізнесу для забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств. Український журнал прикладної економіки. 2021. №1. С.27 – 34. http://ujae.org.ua/otsinka-rivnya-funktsionalnoyi-skladovoyi-konkurentnogo-potentsialu-sub-yektiv-agrobiznesu-dlya-zabezpechennya-konkurentospromozhnosti-agrarnyhp-idpryemstv/ DOI: https://doi.org/10.36887/2415-8453-2021-1-3 9.Орел А.М. Інструменти людського потенціалу та механізму корпоративного управління в умовах трансформації. Журнал стратегічних економічних досліджень. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Науковий фаховий журнал. 2021. № 5. С. 61-68. https://drive.google.com/file/d/1hwSt46WolimRRcKwPJK-2LjoVM5clPLp/view DOI: 10.30857/2786-5398.2021.5 10.Орел А.М., Жмайло В.М. Прикладні аспекти комунікативних бар'єрів у сучасному суспільстві. Економіка і суспільство. Науковий журнал. 2022. № 45.

<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2109>
DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-100>

11. Орел А.М., Блюмська-Данько К.В. Алгоритм PR-комунікацій в діяльності малого та середнього бізнесу. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. Науковий журнал. 2022. Том 33 (72). № 3. С. 49-54.
http://econ.vernatskyjournals.in.ua/journals/2022/33_72_3/11.pdf
DOI: <https://doi.org/10.32782/2523-4803/72-3-9>

12. Anna Orel, Iryna Ignatieva, Alina Serbenivska, Mariia Bieloborodova and Liudmyla Bondarenko. Innovative Approaches in the System of Regional Development Strategizing. Review of Economics and Finance, 2022. 20. 605-611. (Scopus)
<https://refpress.org/ref-vol20-a69/>

13. Орел А.М., Дяченко В.В. Особливості фінансової системи в економічних процесах країни. Управління змінами та інновації. Науковий журнал. 2023. № 6. С. 25-33.
<http://cmi.politehnica.zp.ua/index.php/journal/article/view/75>
DOI: <https://doi.org/10.32782/CM1/2023-6-5>

14. Орел А.М., Корнієцький О.В. Регіональна транспортно-логістична система інноваційної інфраструктури в умовах євроінтеграційних процесів. Журнал Інвестиції: практика та досвід. Науковий фаховий журнал. 2023. № 10. С. 28-34.
<https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/1505>
DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.10.28>

15. Орел, А., Дяченко, В. (2023). Сучасні аспекти розвитку органічного землеробства в умовах сталого сільського господарства. Економіка та суспільство, 2023. № 48.
<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2465>
DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-91>

16. Орел А.М., Дяченко В.В. Вплив глобалізації на банківську індустрію: наукові підходи та виклики. Журнал Інвестиції: практика та досвід. Науковий фаховий журнал. 2023. № 19. С. 48-54. Категорія «Б».
<https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/issue/view/102>
DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.19.48>

17. Орел А.М. Методичні основи дослідження інноваційного крафтового виробництва органічної продукції. Журнал Агросвіт. Науковий фаховий журнал. 2023. № 19. С. 25-29.
<https://www.nayka.com.ua/index.php/agrosvit>
DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2023.19.25>

18. Орел А.М., Орел В.М. Становлення ринку споживачів крафтових продуктів в системі маркетингу. Журнал Інвестиції: практика та досвід. Науковий фаховий журнал. 2023. № 22. С. 7-11.
<https://nayka.com.ua/index.php/investplan/issue/view/112>
DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.22.7>

19. Орел А.М., Дяченко В.В. Етапи та роль цифрової трансформації у вдосконаленні управління інноваціями. Економіка і суспільство. Науковий журнал. 2023. № 56.
<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/56>
DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-30>

20. Орел А.М., Орел В.М. Економічна ефективність переходу до органічних добрив за допомогою сучасних технологій. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права. Всеукраїнський науковий журнал. 2023. № 4. С. 87-91.
<http://apie.org.ua/uk/publications-uk/2023-4/>
DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2023-4-14>

21. Orel, A., Volyk, S., & Senchuk, I. (2023). The role of economic security in ensuring competitive economic development of agricultural enterprises. Baltic Journal of Economic Studies, 9(5), 73-80.
<https://doi.org/10.30525/2256-0742/2023-9-5-73-80> (Web of Science)
<http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/2260>

22. Орел А.М., Орел В.М. Ефективність переходу до екологічних ресурсів за допомогою інноваційних рішень. Журнал Агросвіт. Науковий фаховий журнал. 2024. № 3. С. 10-14.
<https://www.nayka.com.ua/index.php>

/agrosvit/article/view/2956
DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2024.3.10>
23.Орел А.М., Дяченко В.В. Виклики та перешкоди впровадження цифрової бізнес-моделі банку в Україні. Журнал Інвестиції: практика та досвід. Науковий фаховий журнал. 2024. № 5. С. 54-59.
<https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/3175>
DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.5.54>
24. Anna Orel, Volodymyr Orel, Viktor Diachenko, Iryna Perevozova, Mainka Marcel Kurt & Khrystyna Kirshak. Enhancing Sustainability and Smart Living: Adoption of IoT-Driven Automation of Vertical Gardens in Urban Spaces. AI in Business: Opportunities and Limitations. Volume 1. 2024. Pages 99-112 (Scopus)
https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-48479-7_10
25. Орел А.М., Суходольський О.С., Березкін І.М., Стратегії розвитку бренду підприємства в контексті маркетингової орієнтації. Журнал Інвестиції: практика та досвід. Науковий фаховий журнал. 2024. № 16. С. 98-102.
<https://nayka.com.ua/index.php/investplan/issue/view/165>
DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.16>
26. Орел А.М., Терновий С.В., Гарас К.М. Фінансова-кредитна підтримка як фактор стабільності підприємств. Журнал Агросвіт. Науковий фаховий журнал. 2024. № 16. С. 53-58.
<https://nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/4334>
DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2024.16.53>
27. Орел А.М., Жулинець Р.В., Пітік В.С., Березкін К.М. Моделі та методи оцінки ефективності інвестування в інтелектуальний капітал підприємства. Журнал Інвестиції: практика та досвід. Науковий фаховий журнал. 2024. № 18. С. 43-48.
<https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/4582>
DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.18.43>
28. Орел А.М., Шило В.В., Кравченко С.Ю. Фінансова стійкість маркетингової діяльності підприємств в умовах кризи. Журнал Інвестиції: практика та досвід. Науковий фаховий журнал. 2024. № 19. С. 80-84.
<https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/4713>
DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.19.80>
29. Шавирін В.В., Шулик П.О., Орел А.М., Дослідження впливу міжнародних рітейлерів на роздрібні мережі та змін споживчих вподобань. Економіка і суспільство. Науковий журнал. 2024. № 68.
<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4921>
DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-83>
30. Орел А.М., Якубаш О.В., Майстат Ю.В. Інвестиційне забезпечення та організаційно-економічне управління ресурсами підприємств оборонної промисловості України в умовах воєнного стану. Успіхи і досягнення у науці. № 9(9), 2024. С. 1225-1234.
<http://perspectives.pp.ua/index.php/sas/article/view/16889>
DOI: [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2024-9\(9\)](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2024-9(9))
31. Камнев О.О., Манжула В.О., Орел А.М. Організація та управління стратегічним розвитком підприємства на основі програмно-цільового підходу в маркетингу. Успіхи і досягнення у науці. № 10(10), 2024. С. 1131-1139.
<http://perspectives.pp.ua/index.php/sas/article/view/18102>
DOI: [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2024-10\(10\)-1131-1139](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2024-10(10)-1131-1139)
32. Орел А.М., Снігур В.М., Кравченко С.Ю. Тактичне планування та управління маркетингом IT-продуктів. Успіхи і досягнення у науці. № 1(11), 2025. С. 1009-1019.
<http://perspectives.pp.ua/index.php/sas/article/view/19214>
DOI: [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-1\(11\)-1009-1019](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-1(11)-1009-1019)
33. Орел А.М., Бібік О.М., Заярний М.Ю. Фінансові стратегії та організація внутрішньовиробничих відносин в умовах антикризового функціонування підприємств. Наука і техніка сьогодні. № 1(42), 2025. С. 357-367.
<http://perspectives.pp.ua/index.php/nts/article/view/19251>
DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2025-1\(42\)-357-367](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2025-1(42)-357-367)
34. Орел А.М., Котвицький А.Ю., Нужний А.В. Екологічна конкурентоспроможність як основа планування маркетингу відносин у

сучасному бізнесі. «Наукові інновації та передові технології». №2 (42), 2025. С. 960-970.
<http://perspectives.pp.ua/index.php/nauka/article/view/19887>
 DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2025-2\(42\)-960-970](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2025-2(42)-960-970)

35. Орел А.М., Паранькевич М.І., Янко С.В. Теоретико-методологічні засади державного регулювання розвитку внутрішнього ринку споживчих товарів в контексті екологічної конкурентоспроможності. Успіхи і досягнення у науці. № 3 (13), 2025. С. 879-891.
<http://perspectives.pp.ua/index.php/as/article/view/21731>
 DOI: [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-3\(13\)-879-891](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-3(13)-879-891)

36. Ліпінський Є.Т., Дудник О.В., Орел А.М. Методи зниження ризиків у процесі управління інноваціями. Економіка і суспільство. Науковий журнал. 2025. № 71.
<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5609>
 DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-133>

37. Чумаков Д.Д., Веріженко О.С., Орел А.М. Теоретико-правові засади та практичне застосування спеціальних знань у протидії економічній злочинності. «Наукові інновації та передові технології». Серія «Право». № 4 (44), 2025. С. 1732-1743.
<http://perspectives.pp.ua/index.php/nauka/article/view/22385> DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2025-4\(44\)-1732-1743](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2025-4(44)-1732-1743)

38.. Орел А.М., Рабчук С.А. Основи та формування кластерної концепції бізнес-середовища. Журнал Інвестиції: практика та досвід. Науковий фаховий журнал. 2025. № 7. С. 60-65.
<https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/6087>
 DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.7.60>

39. Орел А.М., Гаврилюк І.О., Молодець С.С. Антикризові комунікації як інструмент операційного менеджменту організацій. Економіка і суспільство. Науковий журнал. 2025. № 73.
<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5911>
 DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-72>

40. Орел А.М., Корнієцький О.В., Орел В.М. Роль розподільчої логістики у забезпеченні сталого розвитку скотарських господарств на деокупованих територіях. Агросвіт. 2025. № 10. С. 17-24.
<https://nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/6364>
 DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2025.10.17>

73. Орел А.М., Орел В.М. Вплив органічних добрив на економіку фермерських господарств. Український журнал прикладної економіки. 2025. № 2. С. 85 – 88.
<http://ujae.org.ua/vplyv-organichnyh-dobryv-na-ekonomiku-fermerskyh-gospodarstv/>

41. Anna Orel, Alexander Kornietskyi, Volodymyr Orel, Nadiia Reznik, Oleksiy Krasnorutskyi, Oleh Chub & Olga Karpun. Model of the Concept of Restoration of Warehouse Logistics of Cattle Breeding in the De-occupied Territories of Ukraine. Big Data in Finance: Transforming the Financial Landscape. Studies in Big Data, vol 169. 2025. Springer, Cham.
https://doi.org/10.1007/978-3-031-80656-8_24 (Scopus)
https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-80656-8_24

42. Орел А.М., Орел В.М. Формування ефективної моделі управління інноваційним розвитком у сфері послуг житлового будівництва. Успіхи і досягнення у науці. № 8 (18), 2025. С. 1085-1097.
<http://perspectives.pp.ua/index.php/as/article/view/28122>
 DOI: [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-8\(18\)-1085-1097](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-8(18)-1085-1097)

43. Орел А.М., Орел В.М. Цифровізація як засіб зниження організаційно-економічних перешкод у житловому будівництві. Актуальні питання у сучасній науці. № 8 (38), 2025. С. 77-86.
<http://perspectives.pp.ua/index.php/sn/article/view/27682>
 DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2025-8\(38\)-77-86](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2025-8(38)-77-86)

пп. 3 п.38 ЛУ:

1. Орел А. М. Управління конкурентним потенціалом в системі інноваційно-інвестиційного розвитку: детермінанти, механізми та стратегії. – 2020. – Харків: «Смугаста типографія», – 410 с. (Монографія)

2. Орел А.М., Данько Ю.І., Блюмська-Данько К.В. Аграрний маркетинг.: навчальний посібник. Суми: «Університетська книга», –

								2021. – 252 с. пп. 4 п.38 ЛУ: Орел А.М., Данько Ю.І., Блюмська-Данько К.В. Аграрний маркетинг.: навчальний посібник. Суми: «Університетська книга», – 2021. – 252 с. Електронні навчально-методичні матеріали курсів: 1. Маркетинг послуг. Конспект лекцій для студентів денної та заочної форми навчання спеціальності. К.: КНУТД, 2024. 2. Маркетингова товарна політика. Конспект лекцій для студентів денної та заочної форми навчання спеціальності. К.: КНУТД, 2024. 3. Методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності. Конспект лекцій для студентів денної та заочної форми навчання спеціальності. К.: КНУТД, 2024. 4. Маркетинговий та рекламний менеджмент. Конспект лекцій для студентів денної та заочної форми навчання спеціальності. К.: КНУТД, 2024. 5. Цифрові комунікації. Конспект лекцій для студентів денної та заочної форми навчання спеціальності. К.: КНУТД, 2024. 6. Канали просування диджитал маркетингу. Конспект лекцій для студентів денної та заочної форми навчання спеціальності. К.: КНУТД, 2024. 7. Робоча програма з навчальної дисципліни «Маркетинг послуг» для студентів спеціальності 075 Маркетинг / упор. Орел А.М. – К.: КНУТД, 2024. 10 с. 8. Робоча програма з навчальної дисципліни «Маркетингова товарна політика» для студентів спеціальності 075 Маркетинг / упор. Орел А.М. – К.: КНУТД, 2024. 12 с. 9. Робоча програма з навчальної дисципліни «Методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності» для студентів спеціальності 075 Маркетинг / упор. Орел А.М. – К.: КНУТД, 2024. 10 с. 10. Робоча програма з навчальної дисципліни «Маркетинговий та рекламний менеджмент» для студентів спеціальності 075 Маркетинг / упор. Орел А.М. – К.: КНУТД, 2024. 12 с. 11. Робоча програма з навчальної дисципліни «Цифрові комунікації» для студентів спеціальності 075 Маркетинг / упор. Орел А.М. – К.: КНУТД, 2024. 11 с. 12. Робоча програма з навчальної дисципліни «Канали просування диджитал маркетингу» для студентів спеціальності 075 Маркетинг / упор. Орел А.М. – К.: КНУТД, 2024. 10 с. пп. 6 п.38 ЛУ: 1. Відгук на автореферат дисертації Висоцької Марини Петрівни «Стратегічне управління розвитком авіатранспортної галузі України з урахуванням глобальних викликів» на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини, 2024 р. 2. Відгук на автореферат дисертації Кухаря Олександра Васильовича «Механізми управління економічною безпекою аграрних підприємств: теорія, методологія, практика» на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), 2024 р. пп. 7 п.38 ЛУ: 1. Офіційний опонент: Торохтій Б.Г. «Механізми управління економічною стійкістю аграрних підприємств», 25 грудня 2021 р., Сумський національний аграрний університет. (автореферат). 2. Офіційний опонент: на здобуття наукового ступеня д.е.н. Гнатківський Богдан Михайлович. «Інвестиційні, інноваційні та фінансові механізми розвитку ресурсного потенціалу аграрних підприємств: теорія, методологія, практика». (Захист «22» грудня 2022 року о 14.00 год. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 55.859.01 у Сумському національному аграрному університеті). 3. Офіційний опонент: Li Zhuoran (Лі Чжуочжан) «Management of investment development of the agricultural sector of the economy» («Управління інвестиційним розвитком аграрного сектору економіки») на здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань 07 – управління та адміністрування за спеціальністю 073 - менеджмент
--	--	--	--	--	--	--	--	---

							здобувача, 27 грудня 2023 року, Сумський національний аграрний університет. (автореферат). 4. Офіційний опонент: на здобуття наукового ступеня к.е.н. Литовченко Людмила Валеріївна. «Стратегії підвищення економічної ефективності діяльності підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур», подану на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 – Економіка галузі знань 05 – Соціальні та поведінкові науки». (Захист «28» грудня 2023 року, Полтавському державному аграрному університеті). 5. Офіційний опонент: Серов Володимира Володимировича «Розвиток маркетингової діяльності аграрних підприємств в умовах глобалізації цільових ринків збуту продукції»» (к.е.н.), 7 листопада 2024 р., Інститут тваринництва Національної академії аграрних наук України, за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) 6. Офіційний опонент: на здобуття наукового ступеня к.е.н. Устик Дмитро Володимирович «Управління маркетингово-збутовим потенціалом аграрних підприємств», 19 березня 2025 р., Інститут тваринництва Національної академії аграрних наук України, за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) 7. Офіційний опонент: на здобуття наукового ступеня д.е.н. Письмак Вікторія Олексіївна «Розвиток стратегічного управління маркетингово-логістичною діяльністю суб'єктів аграрного бізнесу: теорія, методологія, практика», 20 березня 2025 р., Інститут тваринництва Національної академії аграрних наук України, за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) пп. 8 п.38 ЛУ: Член редакційної колегії міжнародного наукового видання https://canwestconference.org/icmbe23/icmbe23_committee/#ICMBE23_TechnicalCommittee пп. 9 п.38 ЛУ: Член Спеціалізованої вченої ради у Київському національному університеті технологій та дизайну за спеціальністю 08.00.04 економіка та управління пп. 10 п.38 ЛУ: 1. Участь у науковому гранті: Fulbright (Visiting Scholar Program 2024-2025) пп. 12 п.38 ЛУ: 1.Орел А.М. Впровадження комплексної системи маркетингу на підприємстві. Шляхи підвищення конкурентоспроможності регіону в умовах сталого розвитку: матеріали І Всеукраїнської наук.-практ. конф. м. Миколаїв, 25 листопада 2021 р. / за заг. ред.Скупського Р.М. Миколаїв: ВСП МРЛ ЗВО «Університет «Україна», 2021. С.59-61. 2.Орел А.М. Проблеми управління проектами під час роботи в команді. XIII Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція «Управління проектами: проектний підхід в сучасному менеджменті» (20-21 жовтня 2022 р.) Одеська державна академія будівництва та архітектури, м. Одеса 3.Орел А.М., Дяченко В.В. Прибуток як економічна категорія управління банківських установ в умовах глобалізації. X Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція Актуальні проблеми теорії і практики експертизи товарів: матеріали X Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (24 березня 2023 року). Полтава: ПУЕТ, 2023. С.290-293. (324 с). 4. Орел А.М. Ефективне управління репутацією та алгоритмом PR-комунікацій /А.М. Орел//XIV Міжнародна науково-практична конференція «Маркетингове забезпечення продуктового ринку» (24 травня 2022 р.) Полтавський державний аграрний університет. 5. Орел А.М. Формування регіональної транспортно-логістичної системи в умовах євроінтеграції /А.М. Орел//XVIII Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні проблеми менеджменту» (28 жовтня 2022 р.) Національний авіаційний університет. 6. Орел А.М. Логістичний менеджмент України в умовах війни
--	--	--	--	--	--	--	--

								/Д.І. Сидоренко//XVIII Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні проблеми менеджменту» (28 жовтня 2022 р.) Національний авіаційний університет. 7. Орел А.М. Транспортна система як невід’ємна складова регіональної економічної структури /А.М. Орел// XXIII Міжнародна науково-практична конференція «ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки» (4-7 квітня 2023 року) Національний авіаційний університет, м. Київ 8. Орел. А. М. Важливість синхронізації для ефективності та розвитку транспортних систем / А. М. Орел ; Національна академія статистики, обліку та аудиту // Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. 2024. С.332-335. 9. Орел А.М. Стан та перспективи крафтових сільськогосподарських продуктів в умовах воєнного стану. II Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі [Електронний ресурс]: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 2 листопада 2023 р. / Державний біотехнологічний ун-т. – Електрон. дані. – Харків, 2023. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. – Назва з тит. екрана. С.166-168. 10. Orel Anna, Raja Kamal C H, R Sudha, Shalini K C, Victor Diachenko, Serhii Rabchuk. Navigating Globalization through Effective Change Management: The Role of Leadership, Technology, and Employee Engagement in Large Organizations. The International Conference on Business and Technology (ICBT Oxford'2024), University of Oxford, Oxford – United Kingdom, November 21-22, 2024. 11. Орел А.М. Соціальні медія як канал маркетингових комунікацій. IX Міжнародна науково-практична конференція «Управління розвитком соціально-економічних систем» (присвячена пам’яті професора Григорія Євтімовича Мазнева). Частина 3. Державний біотехнологічний університет, 6-7 березня, 2025 р. С. 73-77. (сертифікат). 12. Орел А.М. Організаційно-економічне забезпечення маркетингових стратегій в аграрному секторі. Пріоритети розвитку тваринництва в умовах війни та повсюдного відновлення: Матеріали міжнародної науково-практичної онлайн конференції, присвяченої 95-річчю від дня заснування Інституту тваринництва НААН, (Харків, 15 листопада 2024 р.) / Інститут тваринництва НААН. X., 2024. 91 с 13. Орел А.М. Ключові інструменти для підвищення продуктивності автоматизованих систем у digital маркетингу. Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації. VI Міжнародна науково-практична конференція. Київ, 4 жовтня 2024 р. КНУТД. 14. Orel Anna, Raja Kamal C H, R Sudha, Shalini K C, Victor Diachenko, Serhii Rabchuk. Navigating Globalization through Effective Change Management: The Role of Leadership, Technology, and Employee Engagement in Large Organizations. The International Conference on Business and Technology (ICBT Oxford'2024), University of Oxford, Oxford – United Kingdom, November 21-22, 2024. 15. Орел А.М., Мельник М. Роль персоналізації у побудові маркетингових клієнтоцентричних стратегій. V Всеукраїнська конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених «Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості». Київ, 15 листопада 2024 р. КНУТД. С.110-114. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/29295/1/%Do%B7%Do%Bo%Do%BC.%202142%20%Do%A2-%Do%86%Do%BD%Do%BD%Do%BE%Do%B2%Do%Bo%D1%82%Do%B8%Do%BA%Do%Bo-2024-110-114.pdf 16. Орел А.М. Організаційно-економічне забезпечення маркетингових стратегій в аграрному секторі. Пріоритети розвитку тваринництва в умовах війни та повсюдного відновлення: Матеріали міжнародної науково-практичної онлайн конференції, присвяченої 95-річчю від дня заснування Інституту тваринництва НААН, (Харків, 15 листопада 2024 р.) / Інститут тваринництва НААН. X., 2024. 91 с. https://if-naas.org.ua/15-listopada-2024-roku-v-institut-tvarynnytstva-projshla-mizhnarodna-naukovo-praktychna-onlajn-konferentsiya-priorytety-
--	--	--	--	--	--	--	--	--

[illegible]

						учених та студентів «Домінанти соціально-економічного розвитку України у нових реаліях», 28 березня 2025 року, Київський національний університет технологій та дизайну. 27. Orel Anna, Kornietskyi Alexander, Orel Volodymyr, Reznik Nadiia, Bohdaniuk Ihor, Krasnorutskyi Oleksiy. Issues of distribution logistics in the processes of restoration of livestock breeding in the deoccupied territories of Ukraine. The International Conference on Business and Technology (ICBT'Edinburgh'2025), The University of Edinburgh – United Kingdom, April 12-13, 2025. 28. Орел А.М., Рабчук С.В. Вплив адаптивного мотиваційного механізму на конкурентоспроможність підприємств у кластері. VI Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку». 29 квітня. 2025 р. КНУТД. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/26759/7/IMPER_2024.pdf 29. Орел А.М., Баула О.В. Тенденції розвитку інтегрованих структур у взаємодії підприємств України. VI Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку». 29 квітня. 2025 р. КНУТД. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/26759/7/IMPER_2024.pdf пп. 19 п.38 ЛУ: Член Української асоціації маркетингу. пп. 20 п.38 ЛУ: Учасник проекту з розвитку співпраці бізнесу та освіти «Uni-Biz Bridge» від UGEN 2024-2025 р. Член Української асоціації маркетингу Учасник онлайн-курсів «Перша медична допомога в умовах війни» через платформу масових відкритих онлайн-курсів Prometheus, 2025 року.
13859	Шіковець Катерина Олексіївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет управління та бізнес-дизайну	Диплом спеціаліста, Київський університет імені Тараса Шевченка, рік закінчення: 1994, спеціальність: Прикладна математика, Диплом кандидата наук ДК 038163, виданий 09.11.2006, Аттестат доцента 12/ДЦ 027480, виданий 20.01.2011	26	Бізнес-аналітика Наукова та професійна активність, фаховість відповідно дисципліні підтверджена п. 38 ЛУ: пп. 1, 3, 4, 10, 12, 14, 19 пп.1 п.38 ЛУ: 1. Zham , O., Rudyka, V., Voronko-Nevidnycha, T., Bebeko, S., Shikovets, C., Kvita, H. (2023) Diagnostics of the strategic management of the financial and economic development of the enterprise. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice,(2023) 5(52), 162–172. https://doi.org/10.55643/fcaptop.5.52.2023.4214(Scopus, Web of Science) 2. Hnatenko I; Bebeko, S; Ievseitseva, O.; Shikovets, C ; Kvita, H. (2024) Market analysis of the renewable energy market of Ukraine in the context of changes in financial and economic processes, Financial And Credit Activity-Problems Of Theory And Practice Volumes, Issue 58. F.446-459 https://doi.org/10.55643/fcaptop.5.58.2024.4576 3.Квіта Г.М., Шіковець К.О., Безсмертна Ю.С. План-фактний аналіз у MICROSOFT POWER BI .Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку» № 39, 2020 – С.260-266. http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/39_2020_u_kr/45.pdf (катерорія Б) https://doi.org/10.32843/infrastruct39-43 4.Квіта ГМ, Шіковець К.О., Дикий В.С.Економіко-математичне моделювання інвестиційної привабливості підприємства. Інфраструктура ринку 2020. №48–С.137-143. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/48_2020_u_kr/29.pdf (катерорія Б) https://doi.org/10.32843/infrastruct48-27 5.Квіта Г.М., Шіковець К.О, Казнодій В.О. Економіко-математичне моделювання рівня лояльності персоналу. Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку» № 45, 2020 – С.96-101. http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/45_2020_u_kr/18.pdf (катерорія Б) https://doi.org/10.32843/infrastruct45-16 6.Квіта ГМ, Шіковець К.О., Мороз А.Ю. Бізнес-аналіз ринку нерухомості України. Наук практ журнал Східна Європа: Економіка, бізнес та управління, № 3(26)2020р м.Дніпро. С.102-107

							http://easterneurope-ebm.in.ua/journal/26_2020/19.pdf (категорія Б) DOI: https://doi.org/10.32782/easterneurope.26-17 7.Квіта Г.М., Шіковець К.О., Шелест В.Ю.Моделювання динаміки економічного розвитку малих аграрних підприємств .Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку» № 49, 2020 – С.160-166 http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/49_2020_ukr/30.pdf (категорія Б) DOI: https://doi.org/10.32843/infrastruct49-28 8.Квіта Г.М., Шіковець К.О., Шинкаренко А.Ю. Бізнес-аналіз ринку IT-технологій України .Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку» № 50, 2020 – С.220-223 http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/50_2020_ukr/38.pdf (категорія Б) DOI: https://doi.org/10.32843/infrastruct50-36 9.Шіковець К.О., Квіта ГМ, Бебко С.В. The system and situational models of business activity. Наук практ журнал Східна Європа: Економіка, бізнес та управління, № 5(32) 2021р м.Дніпро. С.90-95 http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/32_2021/15.pdf (категорія Б) DOI: https://doi.org/10.32782/easterneurope.32-13 10.Квіта Г.М., Шіковець К.О., Єрьоменко Я.М. Системно-ситуаційне моделювання цілей сталого розвитку. Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку» № 62, 2021 – С.102-107. http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/62_2021/20.pdf (категорія Б) DOI: https://doi.org/10.32843/infrastruct62-18 11.ШіковецьКО, Квіта ГМ, Кондратюк ОО. SMM-інструментарій в сучасному бізнес аналізі. Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку» № 69, 2022 – С.135-140. http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/69_2022/26.pdf (категорія Б) DOI: https://doi.org/10.32782/infrastruct69-24 12.КвітаГ.М., Шіковець К.О., Соляр Б.В. Системно-ситуаційне моделювання цілі сталого розвитку «Доступна та чиста енергія». Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку» № 70, 2023 – С.130 – 134 DOI: https://doi.org/10.32782/infrastruct70-23 (категорія Б) 13.Квіта Г.М., Шіковець К.О., Бебко С.В. Застосування економетричних моделей в маркетингових дослідженнях. Журнал стратегічних економічних досліджень № 1(12), 2023. – С.100-111 DOI: https://doi.org/10.30857/2786-5398.2023.1.11 (категорія Б) 14. Квіта Г.М., Шіковець К.О., Бебко С.В. Маркетингове ціноутворення на ринку молочної продукції України Наук практ журнал Східна Європа: Економіка, бізнес та управління, №3(40), 2023р– С.3-9 м.Дніпро. DOI: https://doi.org/10.32782/easterneurope.40-1 (категорія Б) 15. Шіковець К.О., Квіта Г.М., Бебко С.В. Digital інструментарій сучасних маркетингових досліджень. Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку» № 74, 2023– С.19 – 26 DOI: https://doi.org/10.32782/infrastruct74-4 (категорія Б) 16. Шіковець К.О., Квіта Г.М., Савоченко М.О. Market research of the Ukrainian sweets market. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2024. № 3 (44). С.86-91. URL: https://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/44_2024/15.pdf (категорія Б) DOI: https://doi.org/10.32782/easterneurope.44-14 17. Kvitа Halyna., Shikovets Kateryna, Smolsky Maxim Market research of the ukrainian dairy industry market .Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку» № 81, 2024 18. Шіковець, К., & Мельник, М. (2024). МАРКЕТИНГ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК ВАЖЛИВИЙ ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЙ. Економіка та суспільство, (66).
--	--	--	--	--	--	--	--

							https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-113 19. Bebko, S.; Shikovets, C.; Kharlim, V. System-structural Analysis as a Tool for Improving the Efficiency of Privatization of the Ukrainian Banking Sector. Журнал стратегічних економічних досліджень. 2024. № 4. 20. Квіта Г.М., Шіковець К.О., Сіренко В.Ю. Інформаційно-аналітичне забезпечення комунікаційної стратегії промислових підприємств на ринку України. Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку» № 85, 2025 С.159-164 DOI: https://doi.org/10.32782/infrastruct85-24 21. Квіта Г.М., Шіковець К.О., Смольський М.Р. Інтеграція інформаційних технологій у маркетингові дослідження ринкової конкурентоспроможності підприємств. Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку» № 86, 2025 22. Олійник, О. В., & Шіковець, К. О. (2025). ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ. Актуальні проблеми сталого розвитку, 2(5), 130-137. https://doi.org/10.60022/2(5)-16S пп.3 п.38 ЛУ: 1.Economics, management and administration in the coordinates of sustainable development: Scientific monograph. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2021. 716 p./ Методи нейромаркетингу для забезпечення умов сталого розвитку С.223-253 https://doi.org/10.30525/978-9934-26-157-2. 2.Transformation of economy, finance and management in modern conditions: Scientific monograph. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2022. P.634-656/ Digital management technologies in the condition of sustainable development. Catherine Shikovets, Halyna Kvita, Svitlana Bebko, DOI: https://doi.org/10.30525/978-9934-26-220-3-37 3. Anti-crisis management: global trends and national peculiarities: Scientific monograph. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2022. P. 371-392/ Catherine Shikovets, Halyna Kvita, Svitlana Bebko. Digital marketing strategies of non-profit organizations https://doi.org/10.30525/978-9934-26-275-3-21 пп.4 п.38 ЛУ: 1.Робоча програма з навчальної дисципліни «Маркетинг» для студентів спеціальності 075 Маркетинг / упор. Шіковець К. О. – К.: КНУТД, 2023. 10 с. 2. Робоча програма з навчальної дисципліни «CRM-системи в бізнесі» для студентів спеціальності 075 Маркетинг / упор. Шіковець К. О. – К.: КНУТД, 2023. 11 с. 3. Робоча програма з навчальної дисципліни «Прогнозування ринкової кон'юнктури та ризиків» для студентів спеціальності 075 Маркетинг / упор. Шіковець К. О. – К.: КНУТД, 2023. 11 с. 4. Робоча програма з навчальної дисципліни «Бізнес-аналітика» для студентів спеціальності 075 Маркетинг / упор. Шіковець К. О. – К.: КНУТД, 2023. 11 с. 5. Робоча програма з навчальної дисципліни «Моделювання бізнес рішень у маркетингу» для студентів спеціальності 075 Маркетинг / упор. Шіковець К. О. – К.: КНУТД, 2023. 11 с. пп.10 п.38 ЛУ: 1.Участь у науковому індивідуальному гранті: NEC 2022/2023 рік Коледж Нової Європи – Інститут перспективних досліджень. (New Europe College INSTITUTE FOR ADVANCED STUDY) 2. Участь у науковому індивідуальному гранті: NEC 2023/2024 рік Коледж Нової Європи – Інститут перспективних досліджень. (New Europe College INSTITUTE FOR ADVANCED STUDY) 3. Участь у науковому гранті: Fulbright (Visiting Scholar Program 2023-2024) 4.Участь у науковому гранті: Fulbright (Visiting Scholar Program 2024-2025) пп.12 п.38 ЛУ: 1. Шіковець К.О., Квіта Г.М. Управління персоналом в контексті реалізації цілей сталого розвитку підприємства .Матеріали Міжнародної науково-практичної
--	--	--	--	--	--	--	--

							конференції «Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку» : тези доповідей, 9 квітня 2020 р. — Київ : КНУТД, 2020.С.134-136 2.Кvita G., Shikovets C. BUSINESS MODELING OF THE PERSONAL LOYALTY LEVEL. Proceedings of the International Scientific and Practical Internet Conference «Business Intelligence: Models, Methods And Techniques». March 4-6, 2020. - К. : NAU, 2020. С.34-36 3.Кvita Г.М., Шіковець К.О. СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ МАЙБУТЬОГО ЕКОНОМІСТА. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції: «ПРОБЛЕМИ ІНТЕГРАЦІЇ ОСВІТИ, НАУКИ ТА БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ» : тези доповідей, 9 жовтня 2020 р. — Київ : КНУТД, 2020. С.57-59 4.Кvita Г.М., Шіковець К.О. Інноваційні проєкт підвищення інвестиційної привабливості підприємств. Матеріали I Всеукраїнської конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених: Інноватика в освіті, науці та бізнесу: Виклики та можливості: тези доповідей, 13 листопада 2020р. — Київ : КНУТД, 2020. С.68-70 5.Кvita Г.М., Шіковець К.О. ВИКОРИСТАННЯ ОПТИМІЗАЦІЙНИХ МОДЕЛЕЙ ПРИ ВИКЛАДАННІ ДИСЦИПЛІНИ МАРКЕТИНГОВЕ ЦІНОУТВОРЕННЯ. Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції: «ПРОБЛЕМИ ІНТЕГРАЦІЇ ОСВІТИ, НАУКИ ТА БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ» : тези доповідей, 8 жовтня 2021 р. — Київ : КНУТД, 2021. С.111-112 6. Шіковець, К.О., Кvita Г.М. СУЧАСНИЙ СТАН КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ Матеріали II Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку» : тези доповідей, 23 квітня 2021 р. — Київ : КНУТД, 2021.С.30-32 https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/18626 7. Kvita Galina, Shikovets Catherine. BUSINESS ANALYSIS OF THE LABOR MARKET OF UKRAINE. INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL INTERNET CONFERENCE "BUSINESS INTELLIGENCE: MODELS, METHODS AND TECHNIQUES" Kyiv March 3-5, 2021 – Kyiv: NAY, 2021, P. 88-93 https://er.knutd.edu.ua/mydpspace 8.Кvita Г.М., Шіковець К.О. ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ ПРИ ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ Міжнародній науковопрактичній конференції на тему «Інноваційний розвиток економіки: інфраструктурний та інвестиційний аспекти»: тези доповідей, 26-27 листопада 2021 року на базі Класичного приватного університету.. – Запоріжжя : КПУ, 2021. С.56-61 https://er.knutd.edu.ua/mydpspace 9.Марченко О.С., Кvita Г.М., Шіковець К.О. Сучасні закономірності аналізу ринку праці України. Матеріали II Всеукраїнської конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених: Домінанти соціально-економічного розвитку України в умовах інноваційного типу прогресу: тези доповідей, 25 березня 2021р. - Київ: КНУТД, 2021, С.25-27 https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/18684/1/DOMIN2021_P025-027.pdf 10. Кvita Г.М., Шіковець К.О. МІСЦЕ ЗВЕДЕННЯ ЗАННИХ У НЕЙРОМАРКЕТИНГУ / Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку : тези доповідей III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції Київського національного університету технологій та дизайну, м. Київ, 10 червня 2022 року. Том 1. Київ : КНУТД, 2022. 347 с. С.233-236 11.Кvita Г.М., Шіковець К.О. DIGITAL- ІНСТРУМЕНТАРІЙ МАРКЕТОЛОГА . Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції: «ПРОБЛЕМИ ІНТЕГРАЦІЇ ОСВІТИ, НАУКИ ТА БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ» : тези доповідей, 7 жовтня 2022 р. — Київ : КНУТД, 2022. 12. КО Шіковець, БВ Соляр Маркетингова оцінка розвитку підприємства/ Імперативи
--	--	--	--	--	--	--	---

						економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку : тези доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції Київського національного університету технологій та дизайну, м. Київ, 25 квітня 2023 року. Київ : КНУТД, 2023 13. КО Шіковець, ДЮ Вдовіченко Оцінка ефективності впровадження CRM-систем Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції: ДОМІНАНТИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ У НОВИХ РЕАЛІЯХ: тези доповідей, 30 березня 2023р. — Київ : КНУТД, 2023, С. 24-25 14. Квіта Г.М., Шіковець К.О. Формування системи професійних цінностей сучасних маркетологів Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку» : тези доповідей, 23 квітня 2024 р. — Київ : КНУТД, 2024.С.647-650 15. Шіковець К.О. Тікан Т.В. Актуальні тренди розвитку маркетингу торгівельних підприємств Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції: Домінанти соціально-економічного розвитку України у нових реаліях: тези доповідей, 29 березня 2024р. — Київ : КНУТД, 2024, С. 150-153. пп.14 п.38 ЛУ: Червень, 2022. Соляр Б. Переможець III ступеня у Міжнародному конкурсі студентських наукових робіт зі спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржева діяльність» пп.19 п.38 ЛУ: Член Спілки рекламистів України (сертифікат №789)
30019	Євсейцева Олена Сергіївна	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Факультет управління та бізнес-дизайну	Диплом спеціаліста, Державна академія легкой промышленности України, рік закінчення: 1996, спеціальність: Економіка підприємства, Диплом кандидата наук ДК 040878, виданий 10.05.2007, Аттестат доцента 12/ДЦ 023599, виданий 09.11.2010	20	Стратегічний маркетинг Наукова та професійна активність, фаховість відповідно дисципліні підтверджена п. 38 ЛУ: пп. 1, 3, .4, 12, 14, 19, 20. пп. 1 п.38 ЛУ: 1. Yevseitseva O., Liulchak Z., Semenda O., Järvis M., Ponomarenko I. V. Digital-marketing as a modern tool for promotion of goods and services in social networks. Фінансово-кредитна діяльність: Проблеми теорії і практики. 2022. № 1(42). С. 361–370. DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptop.1.42.2022.3723. URL: https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/download/3723/3489 2. Nina Chala, Oksana Poplavska, Nataliia Danylevych, Olena Ievseitseva, Roman Sova. Intrinsic motivation of millennials and generation Z in the new post-pandemic reality. Problems and Perspectives in Management. 2022. Vol. 20, Iss. 2. P. 536–550. DOI: http://dx.doi.org/10.21511/ppm.20(2).2022.44 . URL: https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/23897 3. Olena Bilovodska, Olena Boienko, Volodymyr Omelchenko, Kostynets Iuliia, Olena Ievseitseva and Hanna Omelchenko. Marketing Digital Strategy for Promoting Brand of Global Retailer Achieving Sustainability. Review of Economics and Finance. 2022. Vol. 20. P. 647–653 DOI: https://doi.org/10.55365/1923.x2022.20.75 4. Kasych A., Cherniavska O., Bondarenko S., Ievseitseva O., Glukhova V. Industry 4.0 Technologies in Ensuring Environmental Friendliness of Production and Product Quality // Proceedings of the 2022 IEEE 4th International Conference on Modern Electrical and Energy System. MEES 2022, (20 October 2022 – 23 October 2022): conference materials. Kremenchuk, Ukraine, 2022. DOI: 10.1109/MEES58014.2022.10005692. URL: https://ieeexplore.ieee.org/document/10005692 5. Lawrence Nemiroff, Olena Ievseitseva, Evgen Romat. Brand communication of medical marketing subjects in the United States of Amerika / В. Ф. Іванов, Є. В. Ромат, О. С. Євсейцева [та ін.]; за ред. В. Ф. Іванова, Є. В. Ромата // Бренд комунікації: сучасні виміри: монографія. Київ: Студцентр, 2023. С. 88-113. 6. Yevseitseva O. S. Olshanska Ya. O. Development mechanism of the SMM-strategy for the company's product brand. Журнал стратегічних економічних досліджень. 2023. № 3(14). С. 84–92.

[illegible]

						політиці.- Фінансово-Кредитна Діяльність: проблеми теорії і практики.2025. Том 3 № 62. С.558-576 DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptr.3.62.2025.4813 18. Євсейцева О., Ромат Є. Рекрутингова реклама в умовах повномасштабної війни: мотивація та креатив.- Маркетинг і реклама № 4–6 (311–313). - Квітень–червень 2025.- с.34-40	
						пн. 3 п.38 ЛУ: 1.Маркетингові комунікації: інновації та сучасні тренди/ моногр./ Іванов В.Ф., Ромат Є.В. та інші:Київ.-Студцентр,-2024.-316 с.	
						2. Бренд-комунікації: сучасні виміри: моногр./ Іванов В.Ф., Ромат Є.В. та інші:Київ.-Студцентр,-2023.-200 с.	
						пп. 4 п.38 ЛУ: Робочі програми, Електронні навчально-методичні матеріали курсів: Маркетинг, Стратегічний маркетинг, Психологія реклами	
						пн. 12 п.38 ЛУ: 1. Біловодська О. А., Євсейцева О. С. ТОП-5 брендів в Україні: досягнення успіху // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України : зб. тез доповідей XVI міжнар. наук.-практ. конф., м. Хмельницький (16–18 грудня 2021 р.). Хмельницький, 2021. С. 152–154. URL : http://lib.khmnu.edu.ua/konfer_HNU/2021/mark_teh_2021.pdf 2. Біловодська О. А., Євсейцева О. С. Аналіз українських компаній у галузі нейромаркетингових досліджень // Marketing of innovations. Innovations in marketing: materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2021). Poland, Bielsko-Biala, 2021. С. 23–26. URL: https://wseh.pl/uploads/Marketing_of_Innovations._Innovations_in_marketing_2021.pdf 4. Kasych A., Cherniavska O., Bondarenko S., Ievseitseva O., Glukhova V. Industry 4.0 Technologies in Ensuring Environmental Friendliness of Production and Product Quality // Proceedings of the 2022 IEEE 4th International Conference on Modern Electrical and Energy System. MEES 2022, (20 October 2022 – 23 October 2022): conference materials. Kremenchuk, Ukraine, 2022. DOI: 10.1109/MEES58014.2022.10005692. URL: https://ieeexplore.ieee.org/document/10005692 5. Valentyna Glukhova, Alla Kasych, Irina Tarasenko, Olena Ievseitseva. Digital transformation as the heart of the state environmental policy regarding innovations // Proceedings of the 2023 IEEE 5th International Conference on Modern Electrical and Energy System. MEES 2023: conference materials. Kremenchuk. DOI: 10.1109/MEES61502.2023.10402425 URL: https://submission.ieee.org.ua/index.php/MEES2023/authorDashboard/submission/118 6. Olena Ievseitseva, Evgen Romat. Communications of medical brand // Бренд-комунікації: проблеми та рішення: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 25 травня 2023 р. Київ, 2023. С. 170-175. URL: https://eportfolio.kubg.edu.ua/data/conference/9980/document.pdf 7. Євсейцева О. С., Самойленко К. В. Використання штучного інтелекту у маркетингу як тренд в умовах цифровізації // Домінанти соціально-економічного розвитку України у нових реаліях : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених та студентів, м. Київ, 29 березня 2024 року. Київ, 2024. С. 122–123. URL: https://er.knutt.d.edu.ua/handle/123456789/27348 8. Євсейцева О. С., Головачов І. В. Визначення основних інструментів маркетингу для підвищення ефективності підприємницької діяльності // Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку : матеріали V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Київ, 23 квітня 2024 року. Київ, 2024. С. 679–681. URL: https://er.knutt.d.edu.ua/bitstream/123456789/26759/7/IMPER_2024.pdf 9. Євсейцева О. С., Мігалатій О. В.	

								Direct-маркетинг: невіддільна частина бізнес-стратегії підприємства // Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку : матеріали V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Київ, 23 квітня 2024 року. Київ, 2024. С. 595–597. URI: https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/27262 10. Зубковський Д., Євсейцева О. С. Впровадження інноваційних підходів в освітній процес // Innovative technologies of marketing and management in conditions of transformational changes. Innovatsiini tekhnologii marketynhu i menedzhmentu v umovakh transformatsiynykh zmin: theses of the report of the II International Scientific and Practical Conference, Khmelnytskyi (February 28–29, 2024). Karlsruhe, 2024. С. 85–87. URL: https://de.promonograph.org/index.php/de/catalog/view/mges03-2024/30/57 11. Шевчук П. Д., Євсейцева О. С. Сучасний абітурієнт: дослідження мотивацій та етапів вступу до закладів вищої освіти України за методом JTBD // Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації : тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 4 жовтня 2024 року / ред. О. В. Ольшанська. Київ, 2024. С. 249–251. 12. Romat E. V., Evseytseva O. S. Gamification as a development trend of modern brand communications // Бренд-комунікації: проблеми та рішення. Матеріали Другої Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ (29 травня 2024 р.). Київ, 2024. С. 22–30. URL : https://journ.knu.ua/nauka1/wp-content/uploads/2024/08/Konferentsiia_Brend_komunikatsii.pdf 13. Толчінін-Бурунський Є.С., Євсейцева О. С. Інноваційні підходи до цифрового маркетингу в сучасному бізнес-середовищі // Домінанти соціально-економічного розвитку України в нових реаліях : матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених та студентів (28 березня 2025 р., м. Київ). Київ, 2025. С.114–115. 14. Євсейцева О. С., Петрухіна Д. В. Креативний маркетинг в епоху штучного інтелекту: нові виклики і можливості // B2B Marketing : зб. наук. пр. XVIII Міжнар. наук.-практ. конф., (18 квітня 2025 р.). м. Київ, 2025. С. 72-74 пп. 14 п.38 ЛУ: З 2001 по 2025 рр. керівництво студентами, які отримували призові місця на Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг», Всеукраїнському конкурсі кваліфікаційних робіт студентів спеціальності 075 «Маркетинг», Українських студентських фестивалях реклами, Фестивалях соціальної реклами, креатив-батлах «Рекламний полігон». Крім того, студентами отримано: диплом III ступеня II тур Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг» (2019); диплом III ступеня на Всеукраїнському конкурсі дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» (2020); диплом I ступеня на Всеукраїнському конкурсі кваліфікаційних робіт студентів спеціальності 075 «Маркетинг» (2024). Український Студентський Фестиваль Реклами 1-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Харків, 2004) студенти відзначені дипломами: 3 місце у номінації «Інтернет реклама», команда «М-Тем». 2-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Харків, 2005) студенти відзначені дипломами: Гран-прі номінація «Зовнішня реклама» Клубнікін П.; 3 місце номінація «Зовнішня реклама» Панченко В. 3-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Київ, 2006) студенти відзначені дипломами: 1 місце номінація «Друкована реклама» Кирильченко М., Фоменко К., Чужиков А., Яринич Д. 4-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Київ, 2007) студенти відзначені дипломами: 2 місце номінація «Друкована реклама» Цветков Д. 7-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Київ, 2011)
--	--	--	--	--	--	--	--	--

							студенти відзначені дипломами: 3 місце номінація «Дизайн плаката» Шаярова Е. 8-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Київ, 2012) студенти відзначені дипломами: 1 місце номінація «Друківана реклама» Стеценко Г. 9-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Київ, 2013) студенти отримали дипломи: 1 та 3 місце номінація «Тематична» Черченко Б.; 3 місце Ормонов М.; дипломи журі – Хінцицька А. 10-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Київ, 2014) студенти відзначені дипломами: 2 місце номінація «Друківана реклама» Безвербна А. Толстих А.; 2 місце номінації «Змінимо життя на краще! Будемо нову країну разом» Черченко Б.; 2 місце – номінація «Друківана реклама» Черченко Б.; 2 місце – номінація «Нестандартний вид реклами» захожувальний диплом Черченко Б. 11-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Київ, 2015) студенти відзначені дипломами: 1 місце, 2 місце та 3 місце у номінаціях «Друківана реклама», «Фірмовий стиль». 12-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Київ, 2016) студенти відзначені дипломами: 1 місце номінація «Фірмовий стиль» та 2 місце номінація «Відеореклама» Черченко Б.; 3 місце номінація «Відеореклама» Бойко А., Меркулова Д., Макарова Х. 13-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Київ, 2017) студенти відзначені дипломами: 1 місце номінація «Соціальна відеореклама» Меркулова Д., Макарова Х., Бойко А.; 2 місце номінація «Рекламна кампанія» Сапаян А.С., Садіхова А.; 2 місце номінація «Зовнішня реклама» Сичук Ю., Киричок Ю., Сіряк Д., Тхорук Ю.; 3 місце номінація «Відеореклама» Шапіро Е. 14-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Київ, 2019) студенти відзначені дипломами: 3 місце номінація «Зовнішня реклама» 15-ий Український студентський фестиваль реклами (Київ, 2020) Студенти відзначені дипломами: номінація партнерів фестивалю Диплом 3 місце Бівалькевич С., Гучкова В., Богомоленко А.; Диплом 3 місце Тхорук Ю., Збаржевецька В.; номінація «Соціальна відеореклама» Диплом 3 місце Тхорук Ю., Диплом 2 місце Тхорук Ю.; Диплом 2 місце Збаржевецька В.; Диплом 3 місце Миненко М., Макарова Х., Меркулова Д.; Диплом 3 місце Миненко М., Макарова Х., Меркулова Д.; номінація партнерів фестивалю Диплом 3 місце Меркулова Д.; Диплом 3 місце Миненко М.; Диплом 3 місце Макарова Х. 16-ий Український студентський фестиваль реклами (Київ, 2021) Студенти відзначені дипломами: Номінація: Партнерська номінація «Виходь на світло декларуй працю», Відео реклама – Козик А. -місце 3. Номінація: Партнерська номінація «Працюй безпечно – збережи життя й здоров'я» Відео реклама – Приходько Д. - місце 3. Номінація: Зовнішня реклама – Шевела В. – місце 2; Олександрівська А. – місце 3; Приходько Д. – місце 3. Номінація «Друківана реклама» - Гайдук М. – місце 2; Соловійова М. Соколова Є – місце 3; Соловійова М. Соколова Є – місце 3; Олійник М. – місце 3. Номінація «Фірмовий стиль» - Дем'яненко Б. – місце 1; Козик А. – місце 2; Ключко В. – місце 2; Климович О. - місце 3; Левенець В. - місце 3. Номінація: «Відео реклама» Копильчук А. – місце 3. Мушат Є., Поломарюк А. – місце 3 17-ий Український студентський фестиваль Реклами (Київ (2022) Студенти відзначені дипломами: 2 місце номінація «Відеореклама» Козак Діана; 3 місце номінація «Відеореклама» Самойленко Ксенія. 18-ий Український студентський фестиваль Реклами (Київ (2024) Студенти відзначені дипломами: 1 місце номінація «Відеореклама» Шпилов Д., Бережецький О., Сіренко В.; 1 місце Куніцька А., Пірієнко А., «Відеореклама». 19-ий Український студентський фестиваль Реклами (Київ (2025) Студенти відзначені дипломами: 2 місце номінація «Відеореклама» Самойленко К; 2 місце номінація «Відеореклама» Фоменко В. Національний Фестиваль Соціальної Реклами 2-ий Національний фестиваль соціальної реклами (Київ, 2006) студенти відзначені дипломами: 2 місце номінація «Друківана реклама» Кирильченко М., Фоменко
--	--	--	--	--	--	--	--

[illegible]

						Industrial Marketing Stars» 2 місце Стучинський О., Кунєва Л. (18.04.2025 р.) п.п. 19 п.38 ЛУ: Член Спілки рекламистів України (з 2019 р.), ГО; Член Української асоціації маркетингу (з 2004 р.), ГО. п.п. 20 п.38 ЛУ: Заступник декана з наукової та освітньої роботи (2002-2023), Завідувач кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну (з 2023 по теперішній час), член Вченої ради факультету, член Вченої ради університету
45098	Квіта Галина Миколаївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет управління та бізнес-дизайну	Диплом спеціаліста, Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова, рік закінчення: 2002, спеціальність: 080101 Математика, Диплом кандидата наук ДК 002767, виданий 22.12.2011, Аттестат доцента 12ДЦ 038737, виданий 16.05.2014	19	Маркетинг соціальних мереж Наукова та професійна активність, фаховість відповідно дисципліні підтверджена п. 38, ЛУ: п.п.: 1, 3, 4, 10, 12, 14, 19 п.п.1 п.38 ЛУ: Основні праці: 1. Zham , O., Rudyka, V., Voronko-Nevidnycha, T., Bebko, S., Shikovets, C., Kvita, H. (2023) Diagnostics of the strategic management of the financial and economic development of the enterprise. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice, (2023) 5(52), 162–172. https://doi.org/10.55643/fcaptop.5.52.2023.4214 (Scopus, Web of Science) 2. Hnatenko I; Bebko, S; Ievseitseva, O.; Shikovets, C ; Kvita, H. (2024) Market analysis of the renewable energy market of Ukraine in the context of changes in financial and economic processes. Financial And Credit Activity-Problems Of Theory And Practice Volumes, Issue 58. P.446-459. https://doi.org/10.55643/fcaptop.5.58.2024.4576 3. Galych O., Fedirets O., Lytvynov Y., Chopyk O., Myronenko V., Kvita, H. (2025) Financial management of it innovations in foreign economic marketing projects of investor enterprises. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice, 4(63), 582–598. DOI: 10.55643/fcaptop.4.63.2025.4917 (Scopus, Web of Science) 4. Шіковець К.О., Квіта Г.М., Бебко С.В. The system and situational models of business activity. Наук практ журнал Східна Європа: Економіка, бізнес та управління, № 5(32) 2021р м.Дніпро. С.90-95 http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/32_2021/15.pdf (категорія Б) 5. Квіта Г.М., Шіковець К.О., Брьоменко Я.М. Системно-ситуаційне моделювання цілей сталого розвитку. Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку» № 62, 2021 – С.102-107. http://www.market-infr.od.ua/journals/2021/62_2021/20.pdf. (категорія Б) 6. Шіковець К.О., Квіта Г.М., Кондратюк О.О. SMM-інструментарій в сучасному бізнес аналізі. Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку» № 69, 2022 – С.135-140. http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/69_2022/26.pdf. (категорія Б) 7. Квіта Г.М., Шіковець К.О., Соляр Б.В. Системно-ситуаційне моделювання цілі сталого розвитку «Доступна та чиста енергія». Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку» № 70, 2023 – С.130 – 134 DOI: https://doi.org/10.32782/infrastructure70-23. (категорія Б) 8. Квіта Г.М., Шіковець К.О., Бебко С.В. Застосування економетричних моделей в маркетингових дослідженнях. Журнал стратегічних економічних досліджень № 1(12), 2023. – С.100-111 DOI: 10.30857/2786-5398.2023.1.11 (категорія Б) 9. Квіта Г.М., Шіковець К.О., Бебко С.В. Маркетингове ціноутворення на ринку молочної продукції України Наук практ журнал Східна Європа: Економіка, бізнес та управління, №3 (40). 2023р– С.3-9 м.Дніпро. DOI: https://doi.org/10.32782/easterneurope.40-1. (категорія Б) 10. Шіковець К.О., Квіта Г.М., Бебко С.В. Digital інструментарій сучасних маркетингових досліджень. Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку» № 74, 2023– С.19 – 26 . https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/25132 11. Шіковець К.О., Квіта Г.М., Савоченко М.О. Market research of the Ukrainian sweets market. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2024. № 3 (44), С.86-91. URL: https://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/44_2024/15.pdf (категорія Б) 12. Kvita Halyna, Shikovets Kateryna, Smolsky Maxim Market research of the ukrainian dairy industry market .Електронний науково-практичний

						журнал «Інфраструктура ринку» № 81, 2024. http://www.market-infr.od.ua/journals/2024/81_2024/39.pdf 13. Квіта Г.М., Шіковець К.О., Сіренко В.Ю. Інформаційно-аналітичне забезпечення комунікаційної стратегії промислових підприємств на ринку України. Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку» № 85, 2025 С.159-164 DOI: https://doi.org/10.32782/infrastruct85-24 14. Квіта Г.М., Шіковець К.О., Смольский М.Р. Інтеграція інформаційних технологій у маркетингові дослідження ринкової конкурентоспроможності підприємств. Електронний науково-практичний журнал «Інфраструктура ринку» № 86, 2025 пп.3 п.38 ЛУ: 1.Economics, management and administration in the coordinates of sustainable development: Scientific monograph. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2021. 716 p./ Методи нейромаркетингу для забезпечення умов сталого розвитку С.223-253 https://doi.org/10.30525/978-9934-26-157-2 2.Transformation of economy, finance and management in modern conditions: Scientific monograph. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2022. P.634-656/ Digital management technologies in the condition of sustainable development. Catherine Shikovets, Halyna Kvita, Svitlana Bebko. DOI: https://doi.org/10.30525/978-9934-26-220-3-37 3. Anti-crisis management: global trends and national peculiarities: Scientific monograph. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2022. P. 371-392/ Catherine Shikovets, Halyna Kvita, Svitlana Bebko. Digital marketing strategies of non-profit organizations https://doi.org/10.30525/978-9934-26-275-3-21 пп.4 п.38 ЛУ: 1.Наскрізна програма практики для здобувачів першого (освітньо-наукового) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг /укл. Євсейцева О.С., Квіта Г.М, Шіковець К.О. Київ: КНУТД, 2025. 14 с. 2. Робоча програма з навчальної дисципліни «Економіко-математичні методи та моделі» для студентів спеціальності 075 Маркетинг / упор. Квіта Г.М., Шіковець К.О. – К.: КНУТД, 2025. 11 с. 3. Робоча програма з навчальної дисципліни «Промисловий маркетинг» для студентів спеціальності 075 Маркетинг / упор. Квіта Г.М – К.: КНУТД, 2025. 10 с. 4. Робоча програма з навчальної дисципліни «Маркетингове ціноутворення» для студентів спеціальності 075 Маркетинг / упор. Квіта Г.М – К.: КНУТД, 2025. 11 с. пп.10 п.38 ЛУ: 1. Участь у науковому індивідуальному гранті: NEC 2022/2023 рік Коледж Нової Європи – Інститут перспективних досліджень. (New Europe College INSTITUTE FOR ADVANCED STUDY) 2. Участь у науковому індивідуальному гранті: NEC 2023/2024 рік Коледж Нової Європи – Інститут перспективних досліджень. (New Europe College INSTITUTE FOR ADVANCED STUDY) 3. Участь у науковому гранті: Fulbright (Visiting Scholar Program 2024-2025). Заявка (Kvita, Halyna ID: 785661882) 4.Участь у науковому гранті: Fulbright (Visiting Scholar Program 2025-2026). Заявка (Kvita, Halyna ID: 785661882) пп.12 п.38 ЛУ: 1.Квіта Г.М., Шіковець К.О. Використання оптимізаційних моделей при викладанні дисципліни маркетингове ціноутворення. Матеріали ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції: «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації» : тези доповідей, 8 жовтня 2021 р. — Київ : КНУТД, 2021. С.111-112 2. Шіковець К.О., Квіта Г.М. Сучасний стан конкурентного середовища ринку сільськогосподарської продукції України. Матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку» : тези доповідей, 23 квітня
--	--	--	--	--	--	---

[illegible]

								респондентів 2023. — Київ : КНУТД, 2023, С.20-23 14. Квіта Г.М., Шіковець К.О. Формування системи професійних цінностей сучасних маркетологів Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку»: тези доповідей, 23 квітня 2024 р. — Київ : КНУТД, 2024.С.647-650 https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/27278 15. Шіковець К., Квіта Г. Інноваційний маркетинговий інструментарій для підприємств малого бізнесу/ К. О. Шіковець, Г. М. Квіта // Innovative technologies of marketing and management in conditions of transformational changes. Innovatsiini tekhnolohii marketynhu i menedzhmentu v umovakh transformatsiynykh zmin: theses of the report of the II International Scientific and Practical Conference (February 28-29, 2024, Khmelnytskyi) (253 p.). Karlsruhe: ScientificWorld-NetAkhatAV [in Ukrainian]. 2024. — С. 233-236. https://de.promonograph.org/index.php/de/catalog/view/mgeso3-2024/30/57 16. Квіта Г.М., Ярош А.О. Особливості маркетингової стратегії державних органів управління Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції: Домінанти соціально-економічного розвитку України у нових реаліях: тези доповідей, 29 березня 2024р. — Київ : КНУТД, 2024, С. 162-164 https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/27366 17. Барановський Д. С. Маркетинг у сфері відеоігор / Д. С. Барановський ; наук. кер. Г. М. Квіта // Домінанти соціально-економічного розвитку України у нових реаліях : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених та студентів, м. Київ, 29 березня 2024 року. — Київ : КНУТД, 2024. — С. 145-147. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/27359 18. Щербань А. М. Виклики та перспективи цифрової трансформації в маркетингу / А. М. Щербань ; наук. кер. Г. М. Квіта // Домінанти соціально-економічного розвитку України у нових реаліях : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених та студентів, м. Київ, 29 березня 2024 року. — Київ : КНУТД, 2024. — С. 160-162. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/27365 19. Литвиненко К. А. Формування комунікативної маркетингової політики компанії із врахуванням поведінки споживачів / К.А. Литвиненко; наук. кер. Г. М. Квіта // Економіка країни в умовах глобальних викликів: наукові підходи та практика реалізації: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Одеса, 6 вересня 2024 року. — Одеса : ОНУ ім.І.І.Мечнікова, 2024. С.154-156 DOI:10.36059/978-966-397-415-6-37 20. Галстян М.А. Особливості розробки діджитал-стратегії інноваційних компаній в Україні . Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції: «Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації» : тези доповідей, 4 жовтня 2024 р. — Київ : КНУТД, 2024. 21. Щербань А. М. Виклики та перспективи цифрової трансформації в маркетингу / А. М. Щербань ; наук. кер. Г. М. Квіта // Домінанти соціально-економічного розвитку України у нових реаліях : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених та студентів, м. Київ, 29 березня 2024 року. — Київ : КНУТД, 2024. — С. 160-162. 22. Христофович А.Б., Маркетингова стратегія Perfect group на ринку нерухомості України маркетингу / А.Б. Христофович; наук. кер. Г. М. Квіта // Домінанти соціально-економічного розвитку України у нових реаліях : матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених та студентів, м. Київ, 28 березня 2025 року. — Київ : КНУТД, 2025. — С. 141-143. 23. Вольська А.В.. Аналіз маркетингової комунікаційної
--	--	--	--	--	--	--	--	---

[illegible]

						Домінанти соціально-економічного розвитку України у нових реаліях: тези доповідей, 28 березня 2025. — Київ : КНУТД, 2025, 34. Кулик В.В., Квіта Г. М. Особливості політики просування продукції ТОВ «Фоззі груп» Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції: Домінанти соціально-економічного розвитку України у нових реаліях: тези доповідей, 28 березня 2025. — Київ : КНУТД, 2025, пп.14 п.38 ЛУ: 1. Міжнародний конкурс студентських наукових робіт спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» проведеного в Кременчуцькому національному університеті імені Михайла Остроградського. Диплом III ступеня Koliashuk Mykhailo, Wyższa Szkoła Agrobiznesu w Łomży (Університет агробізнесу в Ломжі ,Polska), 2022 рік 2. Конкурс студентських наукових робіт «Промоакційний маркетинг – міф просування чи невідомна частина виживання у конкурентній боротьбі за ринок?» Організатори «Scholarship в Україні» спільно з ДНУ «Інститутом модернізації освіти». Студентка Вовк Ю. зняла І місце з роботою на тему « Промоакційний маркетинг - складова маркетингової стратегії компанії в Інтернеті» Науковий керівник, 2022 рік пп.19 п.38 ЛУ: Членство в «Українській асоціації маркетингу» (сертифікат №781)
30019	Євсейцева Олена Сергіївна	Завідувач кафедри, Основне місце роботи	Факультет управління та бізнес-дизайну	Диплом спеціаліста, Державна академія легкої промисловості України, рік закінчення: 1996, спеціальність: Економіка підприємства, Диплом кандидата наук ДК 040878, виданий 10.05.2007, Аттестат доцента 12/ДЦ 023599, виданий 09.11.2010	20	Бренд-орієнтовне управління Наукова та професійна активність, фаховість відповідно дисципліні підтверджена п. 38 ЛУ: пп. 1, 3, .4, 12, 14, 19, 20. пп. 1 п.38 ЛУ: 1. Yevseitseva O., Liulchak Z., Semenda O., Järvis M., Ponomarenko I. V. Digital-marketing as a modern tool for promotion of goods and services in social networks. Фінансово-кредитна діяльність: Проблеми теорії і практики. 2022. № 1(42). С. 361–370. DOI: https://doi.org/10.55643/fcapter.1.42.2.022.3723. URL: https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/download/3723/3489 2. Nina Chala, Oksana Poplavska, Nataliia Danylevych, Olena Ievseitseva, Roman Sova. Intrinsic motivation of millennials and generation Z in the new post-pandemic reality. Problems and Perspectives in Management. 2022. Vol. 20, Iss. 2. P. 536–550. DOI: http://dx.doi.org/10.21511/ppm.20(2).2022.44 . URL: https://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/23897 3. Olena Bilovodska, Olena Boienko, Volodymyr Omelchenko, Kostynets Iuliia, Olena Ievseitseva and Hanna Omelchenko. Marketing Digital Strategy for Promoting Brand of Global Retailer Achieving Sustainability. Review of Economics and Finance. 2022. Vol. 20. P. 647–653 DOI: https://doi.org/10.55365/1923.x2022.2.0.75 4. Kasych A., Cherniavska O., Bondarenko S., Ievseitseva O., Glukhova V. Industry 4.0 Technologies in Ensuring Environmental Friendliness of Production and Product Quality // Proceedings of the 2022 IEEE 4th International Conference on Modern Electrical and Energy System. MEES 2022, (20 October 2022 – 23 October 2022): conference materials. Kremenchuk, Ukraine, 2022. DOI: 10.1109/MEES58014.2022.10005692. URL: https://ieeexplore.ieee.org/document/10005692 5. Lawrence Nemiroff, Olena Ievseitseva, Evgen Romat. Brand communication of medical marketing subjects in the United States of Amerika / В. Ф. Іванов, Є. В. Ромат, О. С. Євсейцева [та ін.]; за ред. В. Ф. Іванова, Є. В. Ромата // Бренд комунікації: сучасні виміри: монографія. Київ: Студцентр, 2023. С. 88–113. 6. Yevseitseva O. S. Olshanska Ya. O. Development mechanism of the SMM-strategy for the company's product brand. Журнал стратегічних економічних досліджень. 2023. № 3(14). С. 84–92.

[illegible]

									політиці.- Фінансово-Кредитна Діяльність: проблеми теорії і практики.2025. Том 3 № 62. С.558-576 DOI: https://doi.org/10.55643/fcaptr.3.62.2025.4813 18. Євсейцева О., Ромат Є. Рекрутингова реклама в умовах повномасштабної війни: мотивація та креатив.- Маркетинг і реклама № 4–6 (311–313). - Квітень–червень 2025.- с.34-40 пп. 3 п.38 ЛУ: 1.Маркетингові комунікації: інновації та сучасні тренди/ моногр. / Іванов В.Ф., Ромат Є.В. та інші:Київ.-Студцентр,-2024.-316 с. 2. Бренд-комунікації: сучасні виміри: моногр. / Іванов В.Ф., Ромат Є.В. та інші:Київ.-Студцентр,-2023.-200 с. пп. 4 п.38 ЛУ: Робочі програми, Електронні навчально-методичні матеріали курсів: Маркетинг, Стратегічний маркетинг, Психологія реклами пп. 12 п.38 ЛУ: 1. Біловодська О. А., Євсейцева О. С. ТОП-5 брендів в Україні: досягнення успіху // Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України : зб. тез доповідей XVI міжнар. наук.-практ. конф., м. Хмельницький (16–18 грудня 2021 р.). Хмельницький, 2021. С. 152–154. URL : http://lib.khmn.edu.ua/konfer_HNU/2021/mark_teh_2021.pdf 2. Біловодська О. А., Євсейцева О. С. Аналіз українських компаній у галузі нейромаркетингових досліджень // Marketing of innovations. Innovations in marketing: materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2021). Poland, Bielsko-Biala, 2021. С. 23–26. URL: https://wseh.pl/uploads/Marketing_of_Innovations._Innovations_in_marketing_2021.pdf 4. Kasych A., Cherniavska O., Bondarenko S., Ievseitseva O., Glukhova V. Industry 4.0 Technologies in Ensuring Environmental Friendliness of Production and Product Quality // Proceedings of the 2022 IEEE 4th International Conference on Modern Electrical and Energy System. MEES 2022, (20 October 2022 – 23 October 2022): conference materials. Kremenchuk, Ukraine, 2022. DOI: https://ieeexplore.ieee.org/document/10005692. URL: https://ieeexplore.ieee.org/document/10005692 5. Valentyna Glukhova, Alla Kasych, Iryna Tarasenko, Olena Ievseitseva. Digital transformation as the heart of the state environmental policy regarding innovations // Proceedings of the 2023 IEEE 5th International Conference on Modern Electrical and Energy System. MEES 2023: conference materials. Kremenchuk. DOI: https://submission.ieee.org.ua/index.php/MEES2023/authorDashboard/submission/118 6. Olena Ievseitseva, Evgen Romat. Communications of medical brand // Бренд-комунікації: проблеми та рішення: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 25 травня 2023 р. Київ, 2023. С. 170-175. URL: https://eportfolio.kubg.edu.ua/data/conference/9980/document.pdf 7. Євсейцева О. С., Самойленко К. В. Використання штучного інтелекту у маркетингу як тренд в умовах цифровізації // Домінанти соціально-економічного розвитку України у нових реаліях : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених та студентів, м. Київ, 29 березня 2024 року. Київ, 2024. С. 122–123. URL: https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/27348 8. Євсейцева О. С., Головачов І. В. Визначення основних інструментів маркетингу для підвищення ефективності підприємницької діяльності // Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку : матеріали V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Київ, 23 квітня 2024 року. Київ, 2024. С. 679–681. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/26759/7/IMPER_2024.pdf 9. Євсейцева О. С., Мігалатій О. В.
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

						Direct-маркетинг: невіддільна частина бізнес-стратегії підприємства // Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку : матеріали V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Київ, 23 квітня 2024 року. Київ, 2024. С. 595–597. URI: https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/27262 10. Зубковський Д., Євсейцева О. С. Впровадження інноваційних підходів в освітній процес // Innovative technologies of marketing and management in conditions of transformational changes. Innovatsiini tekhnologii marketynhu i menedzhmentu v umovakh transformatsiynykh zmin: theses of the report of the II International Scientific and Practical Conference, Khmelnytskyi (February 28–29, 2024). Karlsruhe, 2024. С. 85–87. URL: https://de.promonograph.org/index.php/de/catalog/view/mges03-2024/30/57 11. Шевчук П. Д., Євсейцева О. С. Сучасний абітурієнт: дослідження мотивацій та етапів вступу до закладів вищої освіти України за методом JTBD // Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації : тези доповідей V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 4 жовтня 2024 року / ред. О. В. Ольшанська. Київ, 2024. С. 249–251. 12. Romat E. V., Evseytseva O. S. Gamification as a development trend of modern brand communications // Бренд-комунікації: проблеми та рішення. Матеріали Другої Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ (29 травня 2024 р.). Київ, 2024. С. 22–30. URL : https://journ.knu.ua/nauka1/wp-content/uploads/2024/08/Konferentsiia_Brend_komunikatsii.pdf 13. Толчінін-Бурунський Є.С., Євсейцева О. С. Інноваційні підходи до цифрового маркетингу в сучасному бізнес-середовищі // Домінанти соціально-економічного розвитку України в нових реаліях : матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених та студентів (28 березня 2025 р., м. Київ). Київ, 2025. С.114–115. 14. Євсейцева О. С., Петрухіна Д. В. Креативний маркетинг в епоху штучного інтелекту: нові виклики і можливості // B2B Marketing : зб. наук. пр. XVIII Міжнар. наук.-практ. конф., (18 квітня 2025 р.). м. Київ, 2025. С. 72-74 пп. 14 п.38 ЛУ: З 2001 по 2025 рр. керівництво студентами, які отримували призові місця на Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг», Всеукраїнському конкурсі кваліфікаційних робіт студентів спеціальності 075 «Маркетинг», Українських студентських фестивалях реклами, Фестивалях соціальної реклами, креатив-батлах «Рекламний полігон». Крім того, студентами отримано: диплом III ступеня II тур Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт зі спеціальності 075 «Маркетинг» (2019); диплом III ступеня на Всеукраїнському конкурсі дипломних робіт студентів вищих навчальних закладів освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг» (2020); диплом I ступеня на Всеукраїнському конкурсі кваліфікаційних робіт студентів спеціальності 075 «Маркетинг» (2024). Український Студентський Фестиваль Реклами 1-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Харків, 2004) студенти відзначені дипломами: 3 місце у номінації «Інтернет реклама», команда «М-Тем». 2-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Харків, 2005) студенти відзначені дипломами: Гран-прі номінація «Зовнішня реклама» Клубнікін П.; 3 місце номінація «Зовнішня реклама» Панченко В. 3-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Київ, 2006) студенти відзначені дипломами: 1 місце номінація «Друкована реклама» Кирильченко М., Фоменко К., Чужиков А., Яринич Д. 4-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Київ, 2007) студенти відзначені дипломами: 2 місце номінація «Друкована реклама» Цветков Д. 7-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Київ, 2011)
--	--	--	--	--	--	--

							студенти відзначені дипломами: 3 місце номінація «Дизайн плаката» Шаярова Е. 8-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Київ, 2012) студенти відзначені дипломами: 1 місце номінація «Друківана реклама» Стеценко Г. 9-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Київ, 2013) студенти отримали дипломи: 1 та 3 місце номінація «Тематична» Черченко Б.; 3 місце Ормонов М.; дипломи журі – Хінцицька А. 10-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Київ, 2014) студенти відзначені дипломами: 2 місце номінація «Друківана реклама» Безвербна А. Толстих А.; 2 місце номінації «Змінимо життя на краще! Будемо нову країну разом» Черченко Б.; 2 місце – номінація «Друківана реклама» Черченко Б.; 2 місце – номінація «Нестандартний вид реклами» заохочувальний диплом Черченко Б. 11-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Київ, 2015) студенти відзначені дипломами: 1 місце, 2 місце та 3 місце у номінаціях «Друківана реклама», «Фірмовий стиль». 12-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Київ, 2016) студенти відзначені дипломами: 1 місце номінація «Фірмовий стиль» та 2 місце номінація «Відеореклама» Черченко Б.; 3 місце номінація «Відеореклама» Бойко А., Меркулова Д., Макарова Х. 13-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Київ, 2017) студенти відзначені дипломами: 1 місце номінація «Соціальна відеореклама» Меркулова Д., Макарова Х., Бойко А.; 2 місце номінація «Рекламна кампанія» Сапаян А.С., Садіхова А.; 2 місце номінація «Зовнішня реклама» Сичук Ю., Киричок Ю., Сіряк Д., Тхорук Ю.; 3 місце номінація «Відеореклама» Шапіро Е. 14-ий Український Студентський Фестиваль Реклами (Київ, 2019) студенти відзначені дипломами: 3 місце номінація «Зовнішня реклама» 15-ий Український студентський фестиваль реклами (Київ, 2020) Студенти відзначені дипломами: номінація партнерів фестивалю Диплом 3 місце Бівалькевич С., Гучкова В., Богомоленко А.; Диплом 3 місце Тхорук Ю., Збаржевецька В.; номінація «Соціальна відеореклама» Диплом 3 місце Тхорук Ю., Диплом 2 місце Тхорук Ю.; Диплом 2 місце Збаржевецька В.; Диплом 3 місце Миненко М., Макарова Х., Меркулова Д.; Диплом 3 місце Миненко М., Макарова Х., Меркулова Д.; номінація партнерів фестивалю Диплом 3 місце Меркулова Д.; Диплом 3 місце Миненко М.; Диплом 3 місце Макарова Х. 16-ий Український студентський фестиваль реклами (Київ, 2021) Студенти відзначені дипломами: Номінація: Партнерська номінація «Виходь на світло декларуй працю», Відео реклама – Козик А. -місце 3. Номінація: Партнерська номінація «Працюй безпечно – збережи життя й здоров'я» Відео реклама – Приходько Д. - місце 3. Номінація: Зовнішня реклама – Шевела В. – місце 2; Олександрівська А. – місце 3; Приходько Д. – місце 3. Номінація «Друківана реклама» - Гайдук М. – місце 2; Соловійова М. Соколова Є – місце 3; Соловійова М. Соколова Є – місце 3; Олійник М. – місце 3. Номінація «Фірмовий стиль» - Дем'яненко Б. – місце 1; Козик А. – місце 2; Ключко В. – місце 2; Климович О. - місце 3; Левенець В. - місце 3. Номінація: «Відео реклама» Копильчук А. – місце 3. Мушат Є., Поломарюк А. – місце 3 17-ий Український студентський фестиваль Реклами (Київ (2022) Студенти відзначені дипломами: 2 місце номінація «Відеореклама» Козак Діана; 3 місце номінація «Відеореклама» Самоїленко Ксенія. 18-ий Український студентський фестиваль Реклами (Київ (2024) Студенти відзначені дипломами: 1 місце номінація «Відеореклама» Шпилов Д., Бережецький О., Сіренко В.; 1 місце Куніцька А., Пірієнко А., «Відеореклама». 19-ий Український студентський фестиваль Реклами (Київ (2025) Студенти відзначені дипломами: 2 місце номінація «Відеореклама» Самоїленко К; 2 місце номінація «Відеореклама» Фоменко В. Національний Фестиваль Соціальної Реклами 2-ий Національний фестиваль соціальної реклами (Київ, 2006) студенти відзначені дипломами: 2 місце номінація «Друківана реклама» Кирильченко М., Фоменко
--	--	--	--	--	--	--	---

											K., Чужиков А., Яринич Д. 5-ий Національний фестиваль соціальної реклами (Київ, 2010) студенти відзначені дипломами: 2 місце номінація «Зовнішня реклама» Говоруха Г., Бистрова М. 6-ий Національний фестиваль соціальної реклами (Київ, 2012) студенти відзначені дипломами: 2 місце, номінація «Відеореклама» Шинкар Д. 7-ий Національний фестиваль соціальної реклами (Київ, 2013) студенти відзначені дипломами: 1 місце номінація «Соціальна відеореклама» Бринькова К.; спеціальний диплом «За соціальну значимість теми» Соколова Е. 8-ий Національний фестиваль соціальної реклами (Київ, 2014) студенти відзначені дипломами: 3 місце номінація «Соціальна реклама» Мозалевская Ю., Стріжко К., Тромса В. 10-ий Національний фестиваль соціальної реклами (Київ, 2017) студенти відзначені дипломами: 2 місце номінація «Зовнішня соціальна реклама» Черченко Б. 11-ий Національний фестиваль соціальної реклами (Київ, 2019) студенти відзначені дипломами: 1 місце номінація «Відеореклама» Горощенко З., Тиводар В., Марченко А., Лукаш А., Кваша А., Вигівська О., Плічко К.; 2 місце номінація «Відеореклама» Сидоренко М., Збаржевецька В.; 2 місце номінація «Відеореклама» Макарова Х., Міненко М., 3 місце номінація «Зовнішня реклама» Макарова Х., Міненко М. 12-ий Національний фестиваль реклами (Київ, 2020) Диплом 1 місце номінація «Відео реклама» Бівалькевич Є., Гучкова В., Богомоленко А.; Диплом 2 місце номінація «Відео реклама» Бівалькевич Є., Гучкова В., Богомоленко А.; Диплом 2 місце номінація «Відео реклама» Міненко М., Макарова Х. II Полтавський Молодіжний Фестиваль Реклами (Полтава, 2017) студенти відзначені дипломами: 1 ступеня номінація «Відеореклама» Черченко Б.; диплом 3 ступеня номінація «Зовнішня реклама» Черченко Б. Регіональний Конкурс Рекламних Проектів (м.Хмельницький, 2016) студенти відзначені дипломами: 1 місце номінації «Екореклама» Черченко Б. Всеукраїнський Креатив-Батл «Рекламний Полігон» студенти відзначені дипломами: 1 місце диплом команда «М-Тем» (Рекламний полігон (м.Севастополь) - літо 2013); Гран-прі, диплом 1 місце, диплом 2 місце команда «М-Тем» (Рекламний полігон (м.Одеса) -літо 2017); 3 місце диплом команда «М-Тем» (Рекламний полігон (м.Київ) - зима 2018); Гран-прі команда «М-Тем» (Рекламний полігон (м.Одеса) - літо 2019); диплом 3 місце команда «М-Тем» (Рекламний полігон (м.Кіїв) -осінь 2020); диплом 3 місце команда «М-Тем» (Рекламний полігон (м.Одеса) -літо 2021); диплом 3 місце місце команда «М-Тем» (Рекламний полігон (м.Київ) -літо 2023). 7 Міжнародний Студентський Фестиваль Реклами (Одеса, 2021) Диплом 3 місце номінація «Відео реклама» Бівалькевич Є. III Міжнародний конкурс реклами «DO.IT ADS» Диплом 3 місце номінація «Відео реклама» 7 Харківський Фестиваль Реклами (Харків, 2022) студенти відзначені дипломами: Диплом 1 місце Синкевич Т., Стучинський О., Ткаченко О. номінація «Відеореклама», диплом 3 місце - Рибитва Владислав. 9 Харківський Студентський Фестиваль Реклами (Харків, 2023) студенти відзначені дипломами: Диплом 1 місце Стучинський О., Пейкова А., Тетервак Д. номінація «Відеореклама»; IV Міжнародний конкурс наукових робіт «Реклама-фест» м. Одеса: 2 місце, 2 місце Самойленко А. «Відеореклама».», 2 місце Петрухіна Д. «Відеореклама»». I Міжнародний Науковий Чемпіонат Країн Європи, Азії Та Африки (2023) студентка Самойленко К. відзначена дипломом за 2 місце (Диплом 31/1 march 2023) Всеукраїнська конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених «Іноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості» Конкурс стартапів. Студенти відзначені дипломами 2 місце Самойленко Ксенія (15.11.2023 р.); 1 місце Сінчук А., Невгадовський А. (14.11.2024 р.) XVIII Міжнародне студентське кейс-змагання з маркетингу «Rising
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

							Industrial Marketing Stars» 2 місце Стучинський О., Кунева Л. (18.04.2025 р.) пп. 19 п.38 ЛУ: Член Спільки рекламистів України (з 2019 р.), ГО; Член Української асоціації маркетингу (з 2004 р.), ГО. пп. 20 п.38 ЛУ: Заступник декана з наукової та освітньої роботи (2002-2023), Завідувач кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну (з 2023 по теперішній час), член Вченої ради факультету, член Вченої ради університету.
162129	Злотенко Борис Миколайович	Професор, Основне місце роботи	Факультет інженерії та інформаційних технологій	Диплом спеціаліста, Хмельницький національний університет, рік закінчення: 1986, спеціальність: Машини і апарати легкої промисловості, Диплом спеціаліста, Київський міський педагогічний університет імені Б.Д. Грінченка, рік закінчення: 2008, спеціальність: 010103 Педагогіка і методика середньої освіти. Мова і література (англійська), Диплом магістра, Факультет ринкових, інформаційних та інноваційних технологій Київського національного університету технологій та дизайну, рік закінчення: 2020, спеціальність: 123 Комп'ютерна інженерія, Диплом доктора наук ДД 033122, виданий 08.10.2003, Диплом кандидата наук КН 004018, виданий 05.01.1994, Аттестат доцента ДЦ 000162, виданий 30.05.2000, Аттестат професора ПР 003049, виданий 21.10.2004	27	Методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності	Наукова та професійна активність, фаховість відповідно дисципліні підтверджена п. 38 ЛУ: пп. 1, 3, 4, 6, 7, 8, 12 пп.1 п.38 ЛУ: 1. Osypenko, V., Korohod, H., Zlotenko, B., Chuprynka, N., Yakhno, V. Synthesis of expert matrices in inductive system-analytical research based on fuzzy logic algorithm. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, 2024, 4(4(130)). pp. 54–62. https://journals.urau.ua/eejet/article/view/310326/301994 2. Osypenko V., Zlotenko B., Kulik T., Demishonkova S., Synyuk O., Onofriichuk V., Smutko S. Improved algorithm for matched-pairs selection of informative features in the problems of recognition of complex system states. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. 2021. Vol.2, №4 (110). P. 48–54. DOI : https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.229756 http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/10264/1/Stattia_Scopus_2021.pdf 3. Skyba, M., Synyuk, O., Zlotenko, B., Kulik, T., Natroshvili, S. A new modern theoretical view of the structural model of the structure of natural leather // Vlakna a Textil, 2021, 28(2), pp. 82–90. DOI: http://vat.ft.tul.cz/2021/2/VaT_2021_2_10.pdf 4. Prybeha, D., Koshevko, J., Smutko, S., ...Pidhaichuk, S., Zlotenko, B. Analysis of methods of printing images on textile materials and evaluation of their quality // Vlakna a Textil, 2021, 28(2), pp. 63–74. DOI: http://vat.ft.tul.cz/2021/2/VaT_2021_2_8.pdf 5. Leshchyshyn M., Zlotenko B., Synyuk O, KuleshovaS., Onofriichuk V., Mykhailovskyi Y. 3D printing of pads on lasts utilized in the production of custom-made comfortable footwear // Leather and Footwear Journal 23 (2023) 4, pp. 231–240. DOI: https://www.revistapielarieincaltamint.ro/vol23_4.html 6. Osypenko, V., Korohod, H., Zlotenko, B., Chuprynka, N., Yakhno, V. Synthesis of expert matrices in inductive system-analytical research based on fuzzy logic algorithm. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies, 2024, 4(4(130)). pp. 54–62. https://journals.urau.ua/eejet/article/view/310326/301994 7. Стаценко Д.В., Осипенко В.В., Злотенко Б.М., Кулік Т.І., Стаценко В.В. Сучасні тенденції кіберзагроз у комп'ютерних системах та мережах. Вчені Записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського Серія: Технічні науки - Том 32 (71) № 4, 2021. С 156-161 (0,25 друк.арк). https://doi.org/10.32838/2663-5941/2021.4/24 8. Стаценко Д.В., Злотенко Б.М., Натрошвілі С.Г., Кулік Т.І., Демішонкова С.А. Комп'ютерна система для керування освітленням приміщень. Вісник Хмельницького національного університету: Технічні науки. 2021. № 2. –С 40-44 (0,21 друк.арк). http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/08/7.pdf 9. Стаценко Д.В., Стаценко В.В., Злотенко Б.М., Демішонкова С.А. Дослідження програм на основі штучного інтелекту в якості комп'ютерних засобів захисту інформації. Вчені Записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського Серія: Технічні науки - Том 34 (73) № 5, 2023. С. 244-250. https://www.tech.vernadskeyjournals.in.ua/journals/2023/5_2023/38.pdf 10. Стаценко Д.В., Стаценко В.В., Злотенко Б.М., Романюк Є.О.

[illegible]

							електрообчислювальної техніки» (Держ. реєстраційний номер: 0120U104739). 2. Член редакційної колегії наукового фахового видання: «Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Технічні науки». 3. Заступник головного редактора наукового фахового видання «Технології та інжиніринг». пп.12 п.38 ЛУ: 1. Андрощук А.В., Злотенко Б.М. Особливості програмування системи безпеки мультисервісної корпоративної мережі підприємства. Електромеханічні, інформаційні системи та нанотехнології : матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції молодих учених та студентів, м. Київ, 20 квітня 2023 року. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 35-37. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/23503 2. Доценко С. О. Розробка комп'ютерної мережі бібліотеки / С. О. Доценко, Б. М. Злотенко // Електромеханічні, інформаційні системи та нанотехнології : матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції молодих учених та студентів, м. Київ, 20 квітня 2023 року. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 43-44. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/23506 3. Стрічко О. С. Розробка web-застосунка для короткострокового прогнозування погоди / О. С. Стрічко, Б. М. Злотенко // Електромеханічні, інформаційні системи та нанотехнології : матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції молодих учених та студентів, м. Київ, 20 квітня 2023 року. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 40-42. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/23505 4. Самсоненко А. О. Аналіз мікроконтролерної системи керування електронагрівачами повітря в приміщеннях розумного будинку / А. О. Самсоненко, М. М. Корченко, Б. М. Злотенко // Електромеханічні, інформаційні системи та нанотехнології : матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції молодих учених та студентів, м. Київ, 20 квітня 2023 року. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 60-62. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/23513 5. Буряк Д. О. Система «розумний будинок» на основі мікроконтролера Arduino / Д. О. Буряк, Б. М. Злотенко // Електромеханічні, інформаційні системи та нанотехнології : матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції молодих учених та студентів, м. Київ, 20 квітня 2023 року. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 47-49. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/23508 6. Данилов Д. В. Розробка Android-додатку для перегляду статистики FIA Formula One World Championship / Д. В. Данилов, Б. М. Злотенко // Електромеханічні, інформаційні системи та нанотехнології : матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції молодих учених та студентів, м. Київ, 18 листопада 2022 року. – Київ : КНУТД, 2022. – С. 62-64. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/23240 7. Лецишин М. М. Вимірювальна система тиску для тильної поверхні стопи [Текст] / М. М. Лецишин, Д. В. Стаценко, Б. М. Злотенко // Сучасні електромеханічні та інформаційні системи : монографія / за заг. ред. І. В. Панасюка. - Київ : КНУТД, 2021. - С. 15-18. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/19943 8. Калічин Ю. Ю. Моделювання супермаркету з задіянням мінімальної кількості персоналу / Ю. Ю. Калічин, Б. М. Злотенко // Електромеханічні, інформаційні системи та нанотехнології : матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції молодих учених та студентів, м. Київ, 18 листопада 2022 року. – Київ : КНУТД, 2022. – С. 65-67. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/23241 9. Лецишин М.М., Стаценко Д.В., Злотенко Б.М. Комп'ютерно-інтегрований прилад для визначення тиску внутрішньої поверхні взуття на стопу // Технічна творчість: Збірник наукових праць. Хмельницький: ХНУ, 2021. – № 4 С. 27-29. https://maees.khmn.edu.ua/Statti-patenti/%D1%82%Do%B5%Do%B7%D
--	--	--	--	--	--	--	--

							0%B8/zbirnyk_03_2021.pdf 10. Дослідження комп'ютерної системи для дистанційного керування кроковим двигуном у системах «розумний дім» [Текст] / Д. В. Стаценко, Б. М. Злотенко, Т. І. Кулік, М. В. Латко // Сучасні електромеханічні та інформаційні системи : монографія / за заг. ред. І. В. Панасюка. - Київ : КНУТД, 2021. - С. 9-14. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/19932 11. Leshchyshyn M., Zlotenko B., Synyuk O, Kuleshova S, Onofriichuk V., Mykhailovskyi Y. 3D printing of pads on lasts utilized in the production of custom-made comfortable footwear // Leather and Footwear Journal 23 (2023) 4, pp. 231–240. https://www.revistapielarieincaltamint.ro/vol23_4.html 12. Prybeha, D., Koshevko, J., Smutko, S., ...Pidhaichuk, S., Zlotenko, B. Analysis of methods of printing images on textile materials and evaluation of their quality. Vlakna a Textil, 2021, 28(2) 13. Лецишин М. М. Вимірювальна система тиску для тильної поверхні стопи [Текст] / М. М. Лецишин, Д. В. Стаценко, Б. М. Злотенко // Сучасні електромеханічні та інформаційні системи : монографія / за заг. ред. І. В. Панасюка. - Київ : КНУТД, 2021. - С. 15-18. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/19943
485254	Орел Анна Миколаївна	Доцент, Основне місце роботи	Факультет управління та бізнес-дизайну	Диплом молодшого спеціаліста, Миколаївський технікум залізничного транспорту імені академіка В.М. Образцова, рік закінчення: 2007, спеціальність: 100405 Організація перевезень і управління на залізничному транспорті, Диплом бакалавра, Чорноморський державний університет імені Петра Могили, рік закінчення: 2011, спеціальність: 0501 Економіка і підприємництво, Диплом магістра, Чорноморський державний університет імені Петра Могили, рік закінчення: 2013, спеціальність: 050104 Фінанси і кредит, Диплом магістра, Приватний вищий навчальний заклад "Міжнародний класичний університет імені Пилипа Орлика", рік закінчення: 2020, спеціальність: 081 Право, Диплом доктора наук ДД 010343, виданий 26.11.2020, Диплом кандидата наук ДК 026720, виданий 26.02.2015, Агестат доцента АД 004434, виданий 26.02.2020	17	Маркетинговий та рекламний менеджмент	Наукова та професійна активність, фаховість відповідно дисципліні підтверджена п. 38 ЛУ: пп. 1, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 19, 20 пп. 1 п.38 ЛУ: 1.Орел А.М., Невмержицький В.М. Архітектоніка механізму управління конкурентним потенціалом в забезпеченні інноваційно-інвестиційного розвитку суб'єктів агробізнесу. Український журнал прикладної економіки. 2020. №1. С.204 – 211.http://ujae.org.ua/arhitektonika-mehanizmu-upravlinnya-konkurentnym-potentsialom-v-zabezpecheni-innovatsijno-investytsijnogo-rozvytku-sub-ektiv-agrobiznesu/ 2.Орел А.М., Красноручський О.О., Данько Ю.І. Детермінанти впливу зовнішнього середовища на конкурентний потенціал аграрних підприємств та їх оцінка. Український журнал прикладної економіки. 2020. №3. С.58 – 73.http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2021/07/ujae_2020_03.pdf 3.Орел А.М., Вітковський Ю.П. Сільськогосподарське машинобудування як чинник створення конкурентних переваг в агробізнесі. Актуальні проблеми інноваційної економіки. Всеукраїнський науковий журнал. 2020. № 3. С. 5-10. https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/1054 4.Орел А.М., Козак К.Б. Інтеграція управління конкурентною та інноваційно-інвестиційною поведінкою аграрних підприємств у парадигму сталого розвитку. Проблеми економіки. 2020. №4. С.171 – 176. https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2020-4_0-pages-171_176.pdf 5.Орел А.М. Вплив державної підтримки на формування конкурентних переваг суб'єктів аграрного бізнесу. Бізнес Інформ. Науковий журнал. 2020. № 7. С. 147-153. DOI:https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-7-147-153 https://www.business-inform.net/annotated-catalogue/?year=2020&abstract=2020_07_06 6. Орел А. М. Факторні умови формування конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств. Slovak international scientific journal. 2020. № 42. С. 52-56 (Стаття в закордон. виданні). http://sis-journal.com/wp-content/uploads/2020/07/Slovak-international-scientific-journal-%E2%84%9642-2020-VOL.2.pdf 7.Орел А. М. Інструменти та засоби реагування суб'єктів аграрного бізнесу на інституційні зміни. Znanstvena misel journal. 2020. №43. С. 26-31. http://zm-journal.org/wp-content/uploads/2020/10/Znanstvena-misel-journal-%E2%84%9643-2020-VOL.1.pdf https://www.znanstvena-journal.com/wp-content/uploads/2020/07/Znanstvena-misel-journal-%E2%84%9643-2020-VOL.1.pdf (Стаття в закордон. виданні) 8.Орел А.М., Лю ХАОЛІНЬ,

							Корнієцька М.О. Оцінка рівня функціональної складової конкурентного потенціалу суб'єктів агробізнесу для забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств. Український журнал прикладної економіки. 2021. №1. С.27 – 34. http://ujae.org.ua/otsinkarivnya-funktsionalnoyi-skladovoyi-konkurentnogo-potentsialu-sub-yektiv-agrobiznesu-dlya-zabezpechennya-konkurentospromozhnosti-agrarnyhp-idpryemstv/ DOI: https://doi.org/10.36887/2415-8453-2021-1-3 9.Орел А.М. Інструменти людського потенціалу та механізму корпоративного управління в умовах трансформації. Журнал стратегічних економічних досліджень. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Науковий фаховий журнал. 2021. № 5. С. 61-68. https://drive.google.com/file/d/1hwSt46WolimRRcKwPJK-2LjoVM5clPLp/view DOI: 10.30857/2786-5398.2021.5 10.Орел А.М., Жмайло В.М. Прикладні аспекти комунікативних бар'єрів у сучасному суспільстві. Економіка і суспільство. Науковий журнал. 2022. № 45. https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2109 DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-100 11.Орел А.М., Блюмська-Данько К.В. Алгоритм PR-комунікацій в діяльності малого та середнього бізнесу. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. Науковий журнал. 2022. Том 33 (72). № 3. С. 49-54. http://econ.vernatskyjournals.in.ua/journals/2022/33_72_3/11.pdf DOI: https://doi.org/10.32782/2523-4803/72-3-9 12. Anna Orel, Iryna Ignatieva, Alina Serbenivska, Mariia Bieloborodova and Liudmyla Bondarenko. Innovative Approaches in the System of Regional Development Strategizing. Review of Economics and Finance, 2022. 20. 605-611. (Scopus) https://refpress.org/ref-vol20-a69/ 13.Орел А.М., Дяченко В.В. Особливості фінансової системи в економічних процесах країни. Управління змінами та інновації. Науковий журнал. 2023. № 6. С.25-33. http://cmi.politehnica.zp.ua/index.php/journal/article/view/75 DOI: https://doi.org/10.32782/CMJ/2023-6-5 14.Орел А.М., Корнієцький О.В. Регіональна транспортно-логістична система інноваційної інфраструктури в умовах євроінтеграційних процесів. Журнал Інвестиції: практика та досвід. Науковий фаховий журнал. 2023. № 10. С. 28-34. https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/1505 DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.10.28 15.Орел, А., Дяченко, В. (2023). Сучасні аспекти розвитку органічного землеробства в умовах сталого сільського господарства. Економіка та суспільство, 2023. № 48. https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2465 DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-91 16. Орел А.М., Дяченко В.В. Вплив глобалізації на банківську індустрію: наукові підходи та виклики. Журнал Інвестиції: практика та досвід. Науковий фаховий журнал. 2023. № 19. С. 48-54. Категорія «Б». https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/issue/view/102 DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.19.48 17. Орел А.М. Методичні основи дослідження інноваційного крафтового виробництва органічної продукції. Журнал Агросвіт. Науковий фаховий журнал. 2023. № 19. С. 25-29. https://www.nayka.com.ua/index.php/agrosvit DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6792.2023.19.25 18. Орел А.М., Орел В.М. Становлення ринку споживачів крафтових продуктів в системі маркетингу. Журнал Інвестиції: практика та досвід. Науковий фаховий журнал. 2023. № 22. С. 7-11. https://nayka.com.ua/index.php/investplan/issue/view/112 DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.22.7 19.Орел А.М., Дяченко В.В. Етапи та роль цифрової трансформації у вдосконаленні управління інноваціями. Економіка і
--	--	--	--	--	--	--	---

супільство. Науковий журнал. 2023. № 56.
<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/56>
 DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-30>

20. Орел А.М., Орел В.М. Економічна ефективність переходу до органічних добрив за допомогою сучасних технологій. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права. Всеукраїнський науковий журнал. 2023. № 4. С. 87-91.
<http://apie.org.ua/uk/publications-uk/2023-4/>
 DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2023-4-14>

21. Orel, A., Volyk, S., & Senchyk, I. (2023). The role of economic security in ensuring competitive economic development of agricultural enterprises. *Baltic Journal of Economic Studies*, 9(5), 73-80.
<https://doi.org/10.30525/2256-0742/2023-9-5-73-80> (Web of Science)
<http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/2260>

22. Орел А.М., Орел В.М. Ефективність переходу до екологічних ресурсів за допомогою інноваційних рішень. Журнал Агросвіт. Науковий фаховий журнал. 2024. № 3. С. 10-14.
<https://www.nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/2956>
 DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2024.3.10>

23. Орел А.М., Дяченко В.В. Виклики та перешкоди впровадження цифрової бізнес-моделі банку в Україні. Журнал Інвестиції: практика та досвід. Науковий фаховий журнал. 2024. № 5. С. 54-59.
<https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/3175>
 DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.5.54>

24. Anna Orel, Volodymyr Orel, Viktor Diachenko, Iryna Perevozova, Mainka Marcel Kurt & Khrystyna Kirshak. Enhancing Sustainability and Smart Living: Adoption of IoT-Driven Automation of Vertical Gardens in Urban Spaces. *AI in Business: Opportunities and Limitations*. Volume 1. 2024. Pages 99-112 (Scopus)
https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-48479-7_10

25. Орел А.М., Суходольський О.С., Березкін І.М. Стратегії розвитку бренду підприємства в контексті маркетингової орієнтації. Журнал Інвестиції: практика та досвід. Науковий фаховий журнал. 2024. № 16. С. 98-102.
<https://nayka.com.ua/index.php/investplan/issue/view/165>
 DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.16>

26. Орел А.М., Терновий С.В., Гарас К.М. Фінансова-кредитна підтримка як фактор стабільності підприємств. Журнал Агросвіт. Науковий фаховий журнал. 2024. № 16. С. 53-58.
<https://nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/4334>
 DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2024.16.53>

27. Орел А.М., Жулинець Р.В., Пітік В.С., Березкін К.М. Моделі та методи оцінки ефективності інвестування в інтелектуальний капітал підприємства. Журнал Інвестиції: практика та досвід. Науковий фаховий журнал. 2024. № 18. С. 43-48.
<https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/4582>
 DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.18.43>

28. Орел А.М., Шило В.В., Кравченко С.Ю. Фінансова стійкість маркетингової діяльності підприємств в умовах кризи. Журнал Інвестиції: практика та досвід. Науковий фаховий журнал. 2024. № 19. С. 80-84.
<https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/4713>
 DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.19.80>

29. Шавирін В.В., Шулик П.О., Орел А.М. Дослідження впливу міжнародних рітейлерів на роздрібні мережі та змін споживчих вподобань. Економіка і суспільство. Науковий журнал. 2024. № 68.
<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4921>
 DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-83>

30. Орел А.М., Якубаш О.В., Майстат Ю.В. Інвестиційне забезпечення та організаційно-економічне управління ресурсами підприємств оборонної промисловості України в умовах воєнного стану. Успіхи і досягнення у науці. № 9(9), 2024. С. 1225-1234.
<http://perspectives.pp.ua/index.php/sas/article/view/16889>
 DOI: [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2024-9\(9\)](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2024-9(9))

31. Камнев О.О., Манжула В.О., Орел

А.М. Організація та управління стратегічним розвитком підприємства на основі програмно-цільового підходу в маркетингу. Успіхи і досягнення у науці. № 10 (10), 2024. С. 1131-1139. <http://perspectives.pp.ua/index.php/as/article/view/18102> DOI: [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2024-10\(10\)-1131-1139](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2024-10(10)-1131-1139)

32. Орел А.М., Снігур В.М., Кравченко С.Ю. Тактичне планування та управління маркетингом IT-продуктів. Успіхи і досягнення у науці. № 1 (11), 2025. С. 1009-1019. <http://perspectives.pp.ua/index.php/as/article/view/19214> DOI: [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-1\(11\)-1009-1019](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-1(11)-1009-1019)

33. Орел А.М., Бібік О.М., Заярний М.Ю. Фінансові стратегії та організація внутрішньовиробничих відносин в умовах антикризового функціонування підприємств. Наука і техніка сьогодні. № 1 (42), 2025. С. 357- 367. <http://perspectives.pp.ua/index.php/nts/article/view/19251> DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2025-1\(42\)-357-367](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2025-1(42)-357-367)

34. Орел А.М., Котвицький А.Ю., Нужний А.В. Екологічна конкурентоспроможність як основа планування маркетингу відносин у сучасному бізнесі. «Наукові інновації та передові технології». №2 (42), 2025. С. 960-970. <http://perspectives.pp.ua/index.php/nauka/article/view/19887> DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2025-2\(42\)-960-970](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2025-2(42)-960-970)

35. Орел А.М., Паранькевич М.І., Янко С.В. Теоретико-методологічні засади державного регулювання розвитку внутрішнього ринку споживчих товарів в контексті екологічної конкурентоспроможності. Успіхи і досягнення у науці. № 3 (13), 2025. С. 879-891. <http://perspectives.pp.ua/index.php/as/article/view/21731> DOI: [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-3\(13\)-879-891](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-3(13)-879-891)

36. Ліпінський Є.Т., Дудник О.В., Орел А.М. Методи зниження ризиків у процесі управління інноваціями. Економіка і суспільство. Науковий журнал. 2025. № 71. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5609> DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-133>

37. Чумаков Д.Д., Веріженко О.С., Орел А.М. Теоретико-правові засади та практичне застосування спеціальних знань у протидії економічній злочинності. «Наукові інновації та передові технології». Серія «Право». № 4 (44), 2025. С. 1732-1743. <http://perspectives.pp.ua/index.php/nauka/article/view/22385> DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2025-4\(44\)-1732-1743](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2025-4(44)-1732-1743)

38.. Орел А.М., Рабчук С.А. Основи та формування кластерної концепції бізнес-середовища. Журнал Інвестиції: практика та досвід. Науковий фаховий журнал. 2025. № 7. С. 60-65. <https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/6087> DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.7.60>

39. Орел А.М., Гаврилюк І.О., Молодець С.С. Антикризові комунікації як інструмент операційного менеджменту організацій. Економіка і суспільство. Науковий журнал. 2025. № 73. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5911> DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-72>

40. Орел А.М., Корнієцький О.В., Орел В.М. Роль розподільчої логістики у забезпеченні сталого розвитку скотарських господарств на деокупованих територіях. Агросвіт. 2025. № 10. С. 17-24. <https://nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/6364> DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2025.10.17>

73. Орел А.М., Орел В.М. Вплив органічних добрив на економіку фермерських господарств. Український журнал прикладної економіки. 2025. № 2. С. 85 – 88. <http://ujae.org.ua/vplyv-organichnyh-dobryv-na-ekonomiku-fermerskyh-gospodarstv/>

41. Anna Orel, Alexander Kornietskyi, Volodymyr Orel, Nadiia Reznik, Oleksiy Krasnorutskyi, Oleh Chub & Olga Karpun. Model of the Concept of Restoration of Warehouse Logistics of Cattle Breeding in the De-occupied Territories of Ukraine. Big Data in Finance: Transforming the Financial Landscape. Studies in Big Data, vol 169. 2025. Springer, Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-031->

								80656-8_24 (Scopus) https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-80656-8_24 42. Орел А.М., Орел В.М. Формування ефективної моделі управління інноваційним розвитком у сфері послуг житлового будівництва. Успіхи і досягнення у науці. № 8 (18), 2025. С. 1085-1097. http://perspectives.pp.ua/index.php/sas/article/view/28122 DOI: https://doi.org/10.52058/3041-1254-2025-8(18)-1085-1097 43. Орел А.М., Орел В.М. Цифровізація як засіб зниження організаційно-економічних перешкод у житловому будівництві. Актуальні питання у сучасній науці. № 8 (38), 2025. С. 77-86. http://perspectives.pp.ua/index.php/sas/article/view/27682 DOI: https://doi.org/10.52058/2786-6300-2025-8(38)-77-86 пп. 3 п.38 ЛУ: 1. Орел А. М. Управління конкурентним потенціалом в системі інноваційно-інвестиційного розвитку: детермінанти, механізми та стратегії. – 2020. – Харків: «Смугаста типографія», – 410 с. (Монографія) 2. Орел А.М., Дanyкo Ю.І., Блюмська-Дanyкo К.В. Аграрний маркетинг.: навчальний посібник. Суми: «Університетська книга», – 2021. – 252 с. пп. 4 п.38 ЛУ: Орел А.М., Дanyкo Ю.І., Блюмська-Дanyкo К.В. Аграрний маркетинг.: навчальний посібник. Суми: «Університетська книга», – 2021. – 252 с. Електронні навчально-методичні матеріали курсів: 1. Маркетинг послуг. Конспект лекцій для студентів денної та заочної форми навчання спеціальності. К.: КНУТД, 2024. 2. Маркетингова товарна політика. Конспект лекцій для студентів денної та заочної форми навчання спеціальності. К.: КНУТД, 2024. 3. Методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності. Конспект лекцій для студентів денної та заочної форми навчання спеціальності. К.: КНУТД, 2024. 4. Маркетинговий та рекламний менеджмент. Конспект лекцій для студентів денної та заочної форми навчання спеціальності. К.: КНУТД, 2024. 5. Цифрові комунікації. Конспект лекцій для студентів денної та заочної форми навчання спеціальності. К.: КНУТД, 2024. 6. Канали просування диджитал маркетингу. Конспект лекцій для студентів денної та заочної форми навчання спеціальності. К.: КНУТД, 2024. 7. Робоча програма з навчальної дисципліни «Маркетинг послуг» для студентів спеціальності 075 Маркетинг / упор. Орел А.М. – К.: КНУТД, 2024. 10 с. 8. Робоча програма з навчальної дисципліни «Маркетингова товарна політика» для студентів спеціальності 075 Маркетинг / упор. Орел А.М. – К.: КНУТД, 2024. 12 с. 9. Робоча програма з навчальної дисципліни «Методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності» для студентів спеціальності 075 Маркетинг / упор. Орел А.М. – К.: КНУТД, 2024. 10 с. 10. Робоча програма з навчальної дисципліни «Маркетинговий та рекламний менеджмент» для студентів спеціальності 075 Маркетинг / упор. Орел А.М. – К.: КНУТД, 2024. 12 с. 11. Робоча програма з навчальної дисципліни «Цифрові комунікації» для студентів спеціальності 075 Маркетинг / упор. Орел А.М. – К.: КНУТД, 2024. 11 с. 12. Робоча програма з навчальної дисципліни «Канали просування диджитал маркетингу» для студентів спеціальності 075 Маркетинг / упор. Орел А.М. – К.: КНУТД, 2024. 10 с. пп. 6 п.38 ЛУ: 1. Відгук на автореферат дисертації Висоцької Марини Петрівни «Стратегічне управління розвитком авіатранспортної галузі України з урахуванням глобальних викликів» на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини, 2024 р. 2. Відгук на автореферат дисертації Кухаря Олександра Васильовича «Механізми управління економічною безпекою аграрних підприємств: теорія, методологія, практика» на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук
--	--	--	--	--	--	--	--	--

							за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), 2024 р. пп. 7 п.38 ЛУ: 1. Офіційний опонент: Торохтій Б.Г. «Механізми управління економічною стійкістю аграрних підприємств», 25 грудня 2021 р., Сумський національний аграрний університет. (автореферат). 2. Офіційний опонент: на здобуття наукового ступеня д.е.н. Гнатківський Богдан Михайлович. «Інвестиційні, інноваційні та фінансові механізми розвитку ресурсного потенціалу аграрних підприємств: теорія, методологія, практика». (Захист «22» грудня 2022 року о 14.00 год. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 55-859.01 у Сумському національному аграрному університеті). 3. Офіційний опонент: Li Zhuoran (Лі Чжуочжан) «Management of investment development of the agricultural sector of the economy» («Управління інвестиційним розвитком аграрного сектору економіки») на здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань 07 – управління та адміністрування за спеціальністю 073 - менеджмент здобувача, 27 грудня 2023 року, Сумський національний аграрний університет. (автореферат). 4. Офіційний опонент: на здобуття наукового ступеня к.е.н. Литовченко Людмила Валеріївна. «Стратегії підвищення економічної ефективності діяльності підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур», подану на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 – Економіка галузі знань 05 – Соціальні та поведінкові науки». (Захист «28» грудня 2023 року, Полтавському державному аграрному університеті). 5. Офіційний опонент: Сєров Володимира Володимировича «Розвиток маркетингової діяльності аграрних підприємств в умовах глобалізації цільових ринків збуту продукції» « (к.е.н.), 7 листопада 2024 р., Інститут тваринництва Національної академії аграрних наук України, за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) 6. Офіційний опонент: на здобуття наукового ступеня к.е.н. Устик Дмитро Володимирович «Управління маркетингово-збутовим потенціалом аграрних підприємств», 19 березня 2025 р., Інститут тваринництва Національної академії аграрних наук України, за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) 7. Офіційний опонент: на здобуття наукового ступеня д.е.н. Письмак Вікторія Олексіївна «Розвиток стратегічного управління маркетингово-логістичною діяльністю суб'єктів аграрного бізнесу: теорія, методологія, практика», 20 березня 2025 р., Інститут тваринництва Національної академії аграрних наук України, за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) пп. 8 п.38 ЛУ: Член редакційної колегії міжнародного наукового видання https://canwestconference.org/icmbe23/icmbe23_committee/#ICMBE23_TechnicalCommittee пп. 9 п.38 ЛУ: Член Спеціалізованої вченої ради у Київському національному університеті технологій та дизайну за спеціальністю 08.00.04 економіка та управління пп. 10 п.38 ЛУ: 1. Участь у науковому гранті: Fulbright (Visiting Scholar Program 2024-2025) пп. 12 п.38 ЛУ: 1. Орел А.М. Впровадження комплексної системи маркетингу на підприємстві. Шляхи підвищення конкурентоспроможності регіону в умовах сталого розвитку: матеріали І Всеукраїнської наук.-практ. конф. м. Николаїв, 25 листопада 2021 р. / за заг. ред. Скупського Р.М. Николаїв: ВСП МРЛ ЗВО «Університет «Україна», 2021. С.59-61. 2. Орел А.М. Проблеми управління проєктами під час роботи в команді. ХІІІ Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція «Управління
--	--	--	--	--	--	--	---

								проектний підхід в сучасному менеджменті» (20-21 жовтня 2022 р.) Одеська державна академія будівництва та архітектури, м. Одеса 3.Орел А.М., Дяченко В.В. Прибуток як економічна категорія управління банківських установ в умовах глобалізації. X Міжнародна науково-практична інтернет-конференція Актуальні проблеми теорії і практики експертизи товарів: матеріали X Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (24 березня 2023 року). Полтава: ПУЕТ, 2023. С.290-293. (324 с). 4. Орел А.М. Ефективне управління репутацією та алгоритмом PR-комунікацій / А.М. Орел // XIV Міжнародна науково-практична конференція «Маркетингове забезпечення продуктового ринку» (24 травня 2022 р.) Полтавський державний аграрний університет. 5. Орел А.М. Формування регіональної транспортно-логістичної системи в умовах євроінтеграції / А.М. Орел // XVIII Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні проблеми менеджменту» (28 жовтня 2022 р.) Національний авіаційний університет. 6. Орел А.М. Логістичний менеджмент України в умовах війни / Д.І. Сидоренко // XVIII Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні проблеми менеджменту» (28 жовтня 2022 р.) Національний авіаційний університет. 7. Орел А.М. Транспортна система як невід’ємна складова регіональної економічної структури / А.М. Орел // XXIII Міжнародна науково-практична конференція «ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки» (4-7 квітня 2023 року) Національний авіаційний університет, м. Київ 8. Орел. А. М. Важливість синхронізації для ефективності та розвитку транспортних систем / А. М. Орел ; Національна академія статистики, обліку та аудиту // Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. 2024. С.332-335. 9. Орел А.М. Стан та перспективи крафтових сільськогосподарських продуктів в умовах воєнного стану. II Міжнародний науково-практичний інтернет-конференції Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі [Електронний ресурс]: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 2 листопада 2023 р. / Державний біотехнологічний ун-т. – Електрон. дані. – Харків, 2023. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. – Назва з тит. екрана. С.166-168. 10. OreI Anna, Raja Kamal C H, R Sudha, Shalini K C, Victor Diachenko, Serhii Rabchuk. Navigating Globalization through Effective Change Management: The Role of Leadership, Technology, and Employee Engagement in Large Organizations. The International Conference on Business and Technology (ICBT Oxford'2024), University of Oxford, Oxford – United Kingdom, November 21-22, 2024. 11. Орел А.М. Соціальні медіа як канал маркетингових комунікацій. IX Міжнародна науково-практична конференція «Управління розвитком соціально-економічних систем» (присвячена пам'яті професора Григорія Євтіювича Мазнєва). Частина 3. Державний біотехнологічний університет, 6-7 березня, 2025 р. С. 73-77. (сертифікат). 12. Орел А.М. Організаційно-економічне забезпечення маркетингових стратегій в аграрному секторі. Пріоритети розвитку тваринництва в умовах війни та повоєнного відновлення: Матеріали міжнародної науково-практичної онлайн конференції, присвяченої 95-річчю від дня заснування Інституту тваринництва НААН, (Харків, 15 листопада 2024 р.) / Інститут тваринництва НААН. Х., 2024. 91 с 13. Орел А.М. Ключові інструменти для підвищення продуктивності автоматизованих систем у digital маркетингу. Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації. VI Міжнародна науково-практична конференція. Київ, 4 жовтня 2024 р. КНУТД. 14. OreI Anna, Raja Kamal C H, R Sudha, Shalini K C, Victor Diachenko, Serhii Rabchuk. Navigating Globalization through Effective Change Management: The Role of Leadership, Technology, and Employee Engagement in Large Organizations. The International Conference on Business and Technology
--	--	--	--	--	--	--	--	---

						Вплив соціальних мереж на маркетинг. III Всеукраїнська науково-практична конференція молодих учених та студентів «Домінанти соціально-економічного розвитку України у нових реаліях», 28 березня 2025 року, Київський національний університет технологій та дизайну. 24. Орел А.М., Литвиненко К.А. Аналіз ефективності digital-комунікацій у маркетинговій діяльності HERZ UKRAINE. III Всеукраїнська науково-практична конференція молодих учених та студентів «Домінанти соціально-економічного розвитку України у нових реаліях», 28 березня 2025 року, Київський національний університет технологій та дизайну. 25. Орел А.М., Діденко І.В. Етичні аспекти цифрового маркетингу. III Всеукраїнська науково-практична конференція молодих учених та студентів «Домінанти соціально-економічного розвитку України у нових реаліях», 28 березня 2025 року, Київський національний університет технологій та дизайну. 26. Орел А.М., Басова К.А. Тренди вірусного маркетингу: механізми створення контенту, що стає хітом. III Всеукраїнська науково-практична конференція молодих учених та студентів «Домінанти соціально-економічного розвитку України у нових реаліях», 28 березня 2025 року, Київський національний університет технологій та дизайну. 27. Orel Anna, Kornietskyi Alexander, Orel Volodymyr, Reznik Nadiia, Bohdaniuk Ihor, Krasnorutskyi Oleksiy. Issues of distribution logistics in the processes of restoration of livestock breeding in the deoccupied territories of Ukraine. The International Conference on Business and Technology (ICBTEdinburgh'2025), The University of Edinburgh – United Kingdom, April 12-13, 2025. 28. Орел А.М., Рабчук С.В. Вплив адаптивного мотиваційного механізму на конкурентоспроможність підприємств у кластері. VI Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку». 29 квітня. 2025 р. КНУТД. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/26759/7/IMPER_2024.pdf 29. Орел А.М., Баула О.В. Тенденції розвитку інтегрованих структур у взаємодії підприємств України. VI Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку». 29 квітня. 2025 р. КНУТД. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/26759/7/IMPER_2024.pdf п.п. 19 п.38 ЛУ: Член Української асоціації маркетингу. п.п. 20 п.38 ЛУ: Учасник проекту з розвитку співпраці бізнесу та освіти «Uni-Biz Bridge» від UGEN 2024-2025 р. Член Української асоціації маркетингу Учасник онлайн-курсів «Перша медична допомога в умовах війни» через платформу масових відкритих онлайн-курсів Prometheus, 2025 року.
--	--	--	--	--	--	--

Таблиця 3. Матриця відповідності програмних результатів навчання, освітніх компонентів, методів навчання та оцінювання

Програмні результати навчання ОП	ПРН відповідає результату навчання, визначеному стандартом вищої освіти (або охоплює його)	Обов'язкові освітні компоненти, що забезпечують ПРН	Методи навчання	Форми та методи оцінювання
ПРН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	☒	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	дослідницькі методи, практичні методи, інформаційно-пошукові методи, консультаційно-наставницькі методи	поточний контроль, попередній та підсумковий захист кваліфікаційної роботи, аналіз змісту роботи оцінювання оформлення кваліфікаційної роботи усне опитування, захист-презентація, відгук керівника та рецензента.
		Маркетинг соціальних мереж	Словесні, пояснювально-демонстраційні, практичні, частково-пошукові, дослідницькі, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	опитування, тестування, публічні виступи, поточний та підсумковий контроль
		Бренд-орієнтовне управління	наочні (демонстрація, ілюстрація); пояснювально-ілюстративні, репродуктивні,	усне опитування, публічні виступи, презентація та захист практичних робіт,

			частково-пошукові, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	поточний та підсумковий контроль
		Цифрові комунікації	словесні, пояснювально-демонстраційні, репродуктивні, дослідницькі, метод проблемного викладання, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	Опитування, тестування, практичні заняття, публічні виступи, індивідуальні завдання, поточний та підсумковий контроль
		Стратегічний маркетинг	словесні, пояснювально-демонстраційні, репродуктивні, дослідницькі, частково-пошукові.	усне опитування, публічні виступи, поточний та підсумковий контроль
		Маркетинговий та рекламний менеджмент	словесні (розповідь, пояснення, бесіда, лекція), наочні (демонстрація, ілюстрація); пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемний виклад, частково-пошукові, дослідницькі, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, практичні заняття, індивідуальні завдання, поточний та підсумковий контроль
ПРН16. Визначати комунікаційні інструменти, організовувати та проводити комунікаційні заходи в залежності від суб'єкта ринкової діяльності його цілей та завдань, розраховувати та оцінювати ефективність проведення комунікаційних заходів	☑	Виробнича практика	практичні методи (виробничі завдання, стажування на робочому місці, метод проектів), інтерактивні методи (наставництво (коучинг), мікрогрупові завдання, рольові ігри, ділові ігри), інформаційні методи (інструктаж , консультації спеціалістів підприємства, ознайомчі екскурсії по цехах, відділах, офісах)	поточний, підсумковий контроль, самооцінювання (ведення щоденника з практики), захист звіту
		Маркетинг соціальних мереж	Словесні, пояснювально-демонстраційні, практичні, частково-пошукові, дослідницькі, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	опитування, тестування, публічні виступи, поточний та підсумковий контроль
		Цифрові комунікації	словесні, пояснювально-демонстраційні, репродуктивні, дослідницькі, метод проблемного викладання, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	Опитування, тестування, практичні заняття, публічні виступи, індивідуальні завдання, поточний та підсумковий контроль
		Маркетинговий та рекламний менеджмент	словесні (розповідь, пояснення, бесіда, лекція), наочні (демонстрація, ілюстрація); пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемний виклад, частково-пошукові, дослідницькі, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, практичні заняття, індивідуальні завдання, поточний та підсумковий контроль
		Переддипломна практика	практичні методи (виробничі завдання, стажування на робочому місці, метод проектів), інтерактивні методи (наставництво (коучинг), мікрогрупові завдання, рольові ігри, ділові ігри), інформаційні методи (інструктаж , консультації спеціалістів підприємства, ознайомчі екскурсії по цехах, відділах, офісах)	поточний, підсумковий контроль, самооцінювання (ведення щоденника з практики), захист звіту
		Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	дослідницькі методи, практичні методи, інформаційно-пошукові методи, консультаційно -наставницькі методи	поточний контроль, попередній та підсумковий захист кваліфікаційної роботи, аналіз змісту роботи оцінювання оформлення кваліфікаційної роботи усне опитування, захист-презентація, відгук керівника та рецензента.
ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.	☑	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	дослідницькі методи, практичні методи, інформаційно-пошукові методи, консультаційно -наставницькі методи	поточний контроль, попередній та підсумковий захист кваліфікаційної роботи, аналіз змісту роботи оцінювання оформлення кваліфікаційної роботи усне опитування, захист-презентація, відгук керівника та рецензента.
		Переддипломна практика	практичні методи (виробничі завдання, стажування на робочому місці, метод проектів), інтерактивні методи (наставництво (коучинг), мікрогрупові завдання, рольові ігри, ділові ігри), інформаційні методи (інструктаж , консультації спеціалістів підприємства, ознайомчі екскурсії по цехах, відділах, офісах)	поточний, підсумковий контроль, самооцінювання (ведення щоденника з практики), захист звіту
		Виробнича практика	практичні методи (виробничі завдання, стажування на робочому місці, метод проектів), інтерактивні методи (наставництво (коучинг), мікрогрупові завдання, рольові ігри, ділові ігри), інформаційні методи (інструктаж , консультації спеціалістів підприємства, ознайомчі екскурсії по цехах, відділах, офісах)	поточний, підсумковий контроль, самооцінювання (ведення щоденника з практики), захист звіту
		Бізнес-аналітика	словесні (розповідь, пояснення, бесіда, лекція), наочні (демонстрація, ілюстрація); пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемний виклад, частково-пошукові, дослідницькі, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, практичні заняття, індивідуальні завдання, поточний та підсумковий контроль
		Ділова іноземна мова	наочні (демонстрація, ілюстрація); пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, частково-пошукові	усне опитування, публічні виступи, презентація та захист практичних робіт, поточний та підсумковий контроль
		Методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності	поєднання лекційних і практичних занять із роботою в малих групах; диспути; реферування науково-монографічної літератури, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	опитування, індивідуальні завдання, поточний та підсумковий контроль
		Цифрові комунікації	словесні, пояснювально-демонстраційні, репродуктивні, дослідницькі, метод проблемного викладання, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	Опитування, тестування, практичні заняття, публічні виступи, індивідуальні завдання, поточний та підсумковий контроль
ПРН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.	☑	Стратегічний маркетинг	словесні, пояснювально-демонстраційні, репродуктивні, дослідницькі, частково-пошукові.	усне опитування, публічні виступи, поточний та підсумковий контроль
		Маркетинг соціальних мереж	Словесні, пояснювально-демонстраційні, практичні, частково-пошукові, дослідницькі, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	опитування, тестування, публічні виступи, поточний та підсумковий контроль
		Бренд-орієнтовне управління	наочні (демонстрація, ілюстрація); пояснювально-ілюстративні, репродуктивні,	усне опитування, публічні виступи, презентація та захист практичних робіт,

			частково-пошукові, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	поточний та підсумковий контроль
		Цифрові комунікації	словесні, пояснювально-демонстраційні, репродуктивні, дослідницькі, метод проблемного викладання, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	Опитування, тестування, практичні заняття, публічні виступи, індивідуальні завдання, поточний та підсумковий контроль
		Переддипломна практика	практичні методи (виробничі завдання, стажування на робочому місці, метод проектів), інтерактивні методи (наставництво (коучинг), мікрогрупові завдання, рольові ігри, ділові ігри), інформаційні методи (інструктаж, консультації спеціалістів підприємства, ознайомчі екскурсії по цехах, відділах, офісах)	поточний, підсумковий контроль, самооцінювання (ведення щоденника з практики), захист звіту
		Виробнича практика	практичні методи (виробничі завдання, стажування на робочому місці, метод проектів), інтерактивні методи (наставництво (коучинг), мікрогрупові завдання, рольові ігри, ділові ігри), інформаційні методи (інструктаж, консультації спеціалістів підприємства, ознайомчі екскурсії по цехах, відділах, офісах)	поточний, підсумковий контроль, самооцінювання (ведення щоденника з практики), захист звіту
ПРН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.	☒	Виробнича практика	практичні методи (виробничі завдання, стажування на робочому місці, метод проектів), інтерактивні методи (наставництво (коучинг), мікрогрупові завдання, рольові ігри, ділові ігри), інформаційні методи (інструктаж, консультації спеціалістів підприємства, ознайомчі екскурсії по цехах, відділах, офісах)	поточний, підсумковий контроль, самооцінювання (ведення щоденника з практики), захист звіту
		Переддипломна практика	практичні методи (виробничі завдання, стажування на робочому місці, метод проектів), інтерактивні методи (наставництво (коучинг), мікрогрупові завдання, рольові ігри, ділові ігри), інформаційні методи (інструктаж, консультації спеціалістів підприємства, ознайомчі екскурсії по цехах, відділах, офісах)	поточний, підсумковий контроль, самооцінювання (ведення щоденника з практики), захист звіту
ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.	☒	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	дослідницькі методи, практичні методи, інформаційно-пошукові методи, консультаційно-наставницькі методи	поточний контроль, попередній та підсумковий захист кваліфікаційної роботи, аналіз змісту роботи оцінювання оформлення кваліфікаційної роботи усне опитування, захист-презентація, відгук керівника та рецензента.
		Виробнича практика	практичні методи (виробничі завдання, стажування на робочому місці, метод проектів), інтерактивні методи (наставництво (коучинг), мікрогрупові завдання, рольові ігри, ділові ігри), інформаційні методи (інструктаж, консультації спеціалістів підприємства, ознайомчі екскурсії по цехах, відділах, офісах)	поточний, підсумковий контроль, самооцінювання (ведення щоденника з практики), захист звіту
		Стратегічний маркетинг	словесні, пояснювально-демонстраційні, репродуктивні, дослідницькі, частково-пошукові.	усне опитування, публічні виступи, поточний та підсумковий контроль
		Бізнес-аналітика	словесні (розповідь, пояснення, бесіда, лекція), наочні (демонстрація, ілюстрація); пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемний виклад, частково-пошукові, дослідницькі, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, практичні заняття, індивідуальні завдання, поточний та підсумковий контроль
ПРН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.	☒	Переддипломна практика	практичні методи (виробничі завдання, стажування на робочому місці, метод проектів), інтерактивні методи (наставництво (коучинг), мікрогрупові завдання, рольові ігри, ділові ігри), інформаційні методи (інструктаж, консультації спеціалістів підприємства, ознайомчі екскурсії по цехах, відділах, офісах)	поточний, підсумковий контроль, самооцінювання (ведення щоденника з практики), захист звіту
		Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	дослідницькі методи, практичні методи, інформаційно-пошукові методи, консультаційно-наставницькі методи	поточний контроль, попередній та підсумковий захист кваліфікаційної роботи, аналіз змісту роботи оцінювання оформлення кваліфікаційної роботи усне опитування, захист-презентація, відгук керівника та рецензента.
		Бренд-орієнтовне управління	наочні (демонстрація, ілюстрація); пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, частково-пошукові, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	усне опитування, публічні виступи, презентація та захист практичних робіт, поточний та підсумковий контроль
		Маркетинговий та рекламний менеджмент	словесні (розповідь, пояснення, бесіда, лекція), наочні (демонстрація, ілюстрація); пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемний виклад, частково-пошукові, дослідницькі, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, практичні заняття, індивідуальні завдання, поточний та підсумковий контроль
ПРН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.	☒	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	дослідницькі методи, практичні методи, інформаційно-пошукові методи, консультаційно-наставницькі методи	поточний контроль, попередній та підсумковий захист кваліфікаційної роботи, аналіз змісту роботи оцінювання оформлення кваліфікаційної роботи усне опитування, захист-презентація, відгук керівника та рецензента.
		Виробнича практика	практичні методи (виробничі завдання, стажування на робочому місці, метод проектів), інтерактивні методи (наставництво (коучинг), мікрогрупові завдання, рольові ігри, ділові ігри), інформаційні методи (інструктаж, консультації спеціалістів підприємства, ознайомчі екскурсії по цехах, відділах, офісах)	поточний, підсумковий контроль, самооцінювання (ведення щоденника з практики), захист звіту
		Стратегічний маркетинг	словесні, пояснювально-демонстраційні, репродуктивні, дослідницькі, частково-пошукові.	усне опитування, публічні виступи, поточний та підсумковий контроль

ПРН6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.	☒	Бренд-орієнтовне управління	наочні (демонстрація, ілюстрація); пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, частково-пошукові, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	усне опитування, публічні виступи, презентація та захист практичних робіт, поточний та підсумковий контроль
		Маркетинговий та рекламний менеджмент	словесні (розповідь, пояснення, бесіда, лекція), наочні (демонстрація, ілюстрація); пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемний виклад, частково-пошукові, дослідницькі, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, практичні заняття, індивідуальні завдання, поточний та підсумковий контроль
ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.	☒	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	дослідницькі методи, практичні методи, інформаційно-пошукові методи, консультаційно-наставницькі методи	поточний контроль, попередній та підсумковий захист кваліфікаційної роботи, аналіз змісту роботи оцінювання оформлення кваліфікаційної роботи усне опитування, захист-презентація, відгук керівника та рецензента.
		Бренд-орієнтовне управління	наочні (демонстрація, ілюстрація); пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, частково-пошукові, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	усне опитування, публічні виступи, презентація та захист практичних робіт, поточний та підсумковий контроль
		Маркетинговий та рекламний менеджмент	словесні (розповідь, пояснення, бесіда, лекція), наочні (демонстрація, ілюстрація); пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемний виклад, частково-пошукові, дослідницькі, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, практичні заняття, індивідуальні завдання, поточний та підсумковий контроль
ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.	☒	Переддипломна практика	практичні методи (виробничі завдання, стажування на робочому місці, метод проектів), інтерактивні методи (наставництво (коучинг), мікрогрупові завдання, рольові ігри, ділові ігри), інформаційні методи (інструктаж, консультації спеціалістів підприємства, ознайомчі екскурсії по цехах, відділах, офісах)	поточний, підсумковий контроль, самооцінювання (ведення щоденника з практики), захист звіту
		Виробнича практика	практичні методи (виробничі завдання, стажування на робочому місці, метод проектів), інтерактивні методи (наставництво (коучинг), мікрогрупові завдання, рольові ігри, ділові ігри), інформаційні методи (інструктаж, консультації спеціалістів підприємства, ознайомчі екскурсії по цехах, відділах, офісах)	поточний, підсумковий контроль, самооцінювання (ведення щоденника з практики), захист звіту
		Маркетинг соціальних мереж	Словесні, пояснювально-демонстраційні, практичні, частково-пошукові, дослідницькі, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	опитування, тестування, публічні виступи, поточний та підсумковий контроль
		Цифрові комунікації	словесні, пояснювально-демонстраційні, репродуктивні, дослідницькі, метод проблемного викладання, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	Опитування, тестування, практичні заняття, публічні виступи, індивідуальні завдання, поточний та підсумковий контроль
		Маркетинговий та рекламний менеджмент	словесні (розповідь, пояснення, бесіда, лекція), наочні (демонстрація, ілюстрація); пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемний виклад, частково-пошукові, дослідницькі, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, практичні заняття, індивідуальні завдання, поточний та підсумковий контроль
		Методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності	посидання лекційних і практичних занять із роботою в малих групах; диспути; реферування науково-монографічної літератури, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	опитування, індивідуальні завдання, поточний та підсумковий контроль
		Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	дослідницькі методи, практичні методи, інформаційно-пошукові методи, консультаційно-наставницькі методи	поточний контроль, попередній та підсумковий захист кваліфікаційної роботи, аналіз змісту роботи оцінювання оформлення кваліфікаційної роботи усне опитування, захист-презентація, відгук керівника та рецензента.
ПРН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.	☒	Переддипломна практика	практичні методи (виробничі завдання, стажування на робочому місці, метод проектів), інтерактивні методи (наставництво (коучинг), мікрогрупові завдання, рольові ігри, ділові ігри), інформаційні методи (інструктаж, консультації спеціалістів підприємства, ознайомчі екскурсії по цехах, відділах, офісах)	поточний, підсумковий контроль, самооцінювання (ведення щоденника з практики), захист звіту
		Виробнича практика	практичні методи (виробничі завдання, стажування на робочому місці, метод проектів), інтерактивні методи (наставництво (коучинг), мікрогрупові завдання, рольові ігри, ділові ігри), інформаційні методи (інструктаж, консультації спеціалістів підприємства, ознайомчі екскурсії по цехах, відділах, офісах)	поточний, підсумковий контроль, самооцінювання (ведення щоденника з практики), захист звіту
		Маркетинг соціальних мереж	Словесні, пояснювально-демонстраційні, практичні, частково-пошукові, дослідницькі, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	опитування, тестування, публічні виступи, поточний та підсумковий контроль
		Цифрові комунікації	словесні, пояснювально-демонстраційні, репродуктивні, дослідницькі, метод проблемного викладання, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	Опитування, тестування, практичні заняття, публічні виступи, індивідуальні завдання, поточний та підсумковий контроль
		Маркетинговий та рекламний менеджмент	словесні (розповідь, пояснення, бесіда, лекція), наочні (демонстрація, ілюстрація); пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемний виклад, частково-пошукові, дослідницькі, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, практичні заняття, індивідуальні завдання, поточний та підсумковий контроль
ПРН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення	☒	Переддипломна практика	практичні методи (виробничі завдання, стажування на робочому місці, метод проектів), інтерактивні методи (наставництво	поточний, підсумковий контроль, самооцінювання (ведення щоденника з практики), захист звіту

колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу			(коучинг), мікрогрупові завдання, рольові ігри, ділові ігри), інформаційні методи (інструктаж , консультації спеціалістів підприємства, ознайомчі екскурсії по цехах, відділах, офісах)	
		Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	дослідницькі методи, практичні методи, інформаційно-пошукові методи, консультаційно -наставницькі методи	поточний контроль, попередній та підсумковий захист кваліфікаційної роботи, аналіз змісту роботи оцінювання оформлення кваліфікаційної роботи усне опитування, захист-презентація, відгук керівника та рецензента.
		Виробнича практика	практичні методи (виробничі завдання, стажування на робочому місці, метод проектів), інтерактивні методи (наставництво (коучинг), мікрогрупові завдання, рольові ігри, ділові ігри), інформаційні методи (інструктаж , консультації спеціалістів підприємства, ознайомчі екскурсії по цехах, відділах, офісах)	поточний, підсумковий контроль, самооцінювання (ведення щоденника з практики), захист звіту
		Цифрові комунікації	словесні, пояснювально-демонстраційні, репродуктивні, дослідницькі, метод проблемного викладання, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	Опитування, тестування, практичні заняття, публічні виступи, індивідуальні завдання, поточний та підсумковий контроль
		Ділова іноземна мова	наочні (демонстрація, ілюстрація); пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, частково-пошукові	усне опитування, публічні виступи, презентація та захист практичних робіт, поточний та підсумковий контроль
ПРН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.	☒	Стратегічний маркетинг	словесні, пояснювально-демонстраційні, репродуктивні, дослідницькі, частково-пошукові.	усне опитування, публічні виступи, поточний та підсумковий контроль
		Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	дослідницькі методи, практичні методи, інформаційно-пошукові методи, консультаційно -наставницькі методи	поточний контроль, попередній та підсумковий захист кваліфікаційної роботи, аналіз змісту роботи оцінювання оформлення кваліфікаційної роботи усне опитування, захист-презентація, відгук керівника та рецензента.
ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.	☒	Бізнес-аналітика	словесні (розповідь, пояснення, бесіда, лекція), наочні (демонстрація, ілюстрація); пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, проблемний виклад, частково-пошукові, дослідницькі, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, практичні заняття, індивідуальні завдання, поточний та підсумковий контроль
		Методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності	поєднання лекційних і практичних занять із роботою в малих групах; диспути; реферування науково-монографічної літератури, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	опитування, індивідуальні завдання, поточний та підсумковий контроль
		Стратегічний маркетинг	словесні, пояснювально-демонстраційні, репродуктивні, дослідницькі, частково-пошукові.	усне опитування, публічні виступи, поточний та підсумковий контроль
		Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	дослідницькі методи, практичні методи, інформаційно-пошукові методи, консультаційно -наставницькі методи	поточний контроль, попередній та підсумковий захист кваліфікаційної роботи, аналіз змісту роботи оцінювання оформлення кваліфікаційної роботи усне опитування, захист-презентація, відгук керівника та рецензента.
ПРН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.	☒	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	дослідницькі методи, практичні методи, інформаційно-пошукові методи, консультаційно -наставницькі методи	поточний контроль, попередній та підсумковий захист кваліфікаційної роботи, аналіз змісту роботи оцінювання оформлення кваліфікаційної роботи усне опитування, захист-презентація, відгук керівника та рецензента.
		Переддипломна практика	практичні методи (виробничі завдання, стажування на робочому місці, метод проектів), інтерактивні методи (наставництво (коучинг), мікрогрупові завдання, рольові ігри, ділові ігри), інформаційні методи (інструктаж , консультації спеціалістів підприємства, ознайомчі екскурсії по цехах, відділах, офісах)	поточний, підсумковий контроль, самооцінювання (ведення щоденника з практики), захист звіту
		Виробнича практика	практичні методи (виробничі завдання, стажування на робочому місці, метод проектів), інтерактивні методи (наставництво (коучинг), мікрогрупові завдання, рольові ігри, ділові ігри), інформаційні методи (інструктаж , консультації спеціалістів підприємства, ознайомчі екскурсії по цехах, відділах, офісах)	поточний, підсумковий контроль, самооцінювання (ведення щоденника з практики), захист звіту
		Ділова іноземна мова	наочні (демонстрація, ілюстрація); пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, частково-пошукові	усне опитування, публічні виступи, презентація та захист практичних робіт, поточний та підсумковий контроль
		Методологія сучасних наукових досліджень з основами інтелектуальної власності	поєднання лекційних і практичних занять із роботою в малих групах; диспути; реферування науково-монографічної літератури, інтерактивні методи, застосування інформаційно-комунікаційних технологій	опитування, індивідуальні завдання, поточний та підсумковий контроль